

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

XLI Міжнародної наукової студентської  
конференції за підсумками науково-дослідних  
робіт студентів за 2017 рік, присвяченої  
100-річчю Національної академії наук України

(м. Полтава, 17–18 квітня 2018 року)

Полтава  
2018



**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

**XLI Міжнародної наукової студентської  
конференції за підсумками науково-дослідних  
робіт студентів за 2017 рік, присвяченої  
100-річчю Національної академії наук України**

**(м. Полтава, 17–18 квітня 2018 року)**

**Полтава  
ПУЕТ  
2018**

УДК 33:378  
А43

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено*

#### **Редакційна колегія:**

**С. В. Гаркуша**, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Я. М. Бичков**, к. т. н., доцент, в. о. директора Інституту економіки, управління та інформаційних технологій Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Н. М. Тягунова**, к. е. н., професор, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**В. О. Скрипник**, д. т. н., доцент, декан факультету харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**Н. І. Колиушка**, завідувач науково-організаційного відділу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

**В. М. Бондаренко**, к. е. н., доцент, інспектор науково-організаційного відділу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**А43** **Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства** : тези доповідей ХLI Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2017 рік, присвяченої 100-річчю Національної академії наук України (м. Полтава, 17–18 квітня 2018 року). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 480 с. – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-312-6

Збірник містить тези найкращих доповідей ХLI міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2017 рік. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Основна увага приділяється висвітленню результатів наукових досліджень у сфері економіки й підприємництва, інформаційних і мережевих технологій, товарознавства, харчових технологій та інженерії.

**УДК 33:378**

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2018  
ISBN 978-966-184-312-6

# **ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ**

## **РОЛЬ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКООПСІПКИ У ФОРМУВАННІ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ МАЙБУТНІХ УПРАВЛІНЦІВ**

**М. О. Негода, УПЕП-31**

**С. І. Нестуля, к. і. н., доцент – науковий керівник**

Сучасний етап історичного розвитку України характеризується історичними змінами в житті народу, оновленням усіх сфер діяльності людини, переоцінкою та утвердженням у свідомості нації нових світоглядних орієнтирів. Україна чітко визначала орієнтацію на входження в загальноєвропейський освітній простір. Важливими передумовами формування сучасного громадянського суспільства є надання молоді реальних можливостей та інструментаріїв свідомої участі у прийнятті рішень у сфері молодіжної політики. Молодь – це рушійна сила, і від того, яке виховання, знання та навички вона отримає, залежить якість нашого майбутнього та держави загалом. Діяльність органів студентського самоврядування є тим засобом, що допомагає студентам у вирішенні їхніх проблем, сприяє отриманню лідерами управлінського досвіду, формує сучасну систему менеджменту.

Вивчення і аналіз наукових джерел, вітчизняного й зарубіжного досвіду діяльності студентського самоврядування у вищих навчальних закладах дає підстави стверджувати, що воно сприяє формуванню громадянської і суспільної активності майбутніх управлінців та розв'язанню сукупності завдань: вироблення у студентів навичок колективного прийняття рішень й організаційної роботи; удосконалення моральних якостей майбутнього спеціаліста; виховання дбайливого ставлення до суспільної власності; забезпечення і захист прав та інтересів студентів, зокрема стосовно організації навчального процесу; забезпечення виконання студентами своїх обов'язків; сприяння навчальній, науковій та творчій діяльності студентів [1].

Актуальність і перспективність розробки проблеми студентського самоврядування детермінована рядом соціальних факторів. По-перше, розбудова громадянського суспільства європейського зразка в Україні визначає необхідність розвитку демокра-

тизму у вищих навчальних закладах. По-друге, програма економічних реформ на перспективу вимагає від вищої школи якісної підготовки майбутніх спеціалістів-менеджерів та організаторів для роботи в інноваційних і демократичних колективах. Завдяки студентському самоврядуванню можна створити певну життєздатну систему, яка могла б працювати на майбутнє суспільство, стала б «центром кристалізації» позитивної перспективи майбутнього, розвитку життєво активної особистості та створення відповідних механізмів для її продуктивного втілення в соціум. Саме тому студентське самоврядування можна сміливо назвати однією зі сходинок до громадянського суспільства, коли громада обирає своїх лідерів та вчиться контролювати їхні дії [2].

У сучасному розумінні студентське самоврядування розглядається як особлива форма ініціативної, самостійної громадської діяльності студентів, спрямованої на вирішення важливих питань життєдіяльності вишу, розвиток соціальної активності, підтримку соціальних ініціатив студентської молоді. Підкреслюючи значний виховний потенціал студентського самоврядування, більшість науковців вказують, що воно передбачає реальну участь студентів в управлінні і керівництві діяльністю свого колективу, є провідним фактором активізації навчальної діяльності, виховання соціальної активності, лідерських та організаторських якостей, громадської відповідальності майбутнього управлінця, основою розширення демократизації вищих навчальних закладів і підвищення ролі вищої школи як соціальної системи [3].

Практика розвитку лідерських якостей свідчить, що діяльність системи студентського самоврядування є базою для розвитку ініціативи та розвитку індивідуальності майбутніх управлінців. Самоврядування створює реальні передумови для реалізації інтелектуального, морального та професійного потенціалу особистості керівника. Досвід виховної роботи у вищому навчальному закладі свідчить, що участь у студентському самоврядуванні навіть на рівні академічної групи істотно прискорює формування у членів студентського активу таких особистісних якостей, як відповідальність, самостійність, вимогливість до себе, повага один до одного, толерантність, відданість своїй справі, захопленість, креативність, потреба всамопізнанні та самовдосконаленні, орієнтація на правову самоосвіту [2].

Таким чином, аналізуючи сучасну систему студентського самоврядування, приходимо до висновку, що вона є невід'ємним складником освітньо-виховного простору національної вищої школи, важливим чинником на шляху розбудови громадянського суспільства. Це один із потужних стимулів підвищення соціальної активності майбутніх фахівців. Через систему студентського самоврядування майбутні управлінці взаємодіють з широким колом особистостей, різних за політичними поглядами та уподобаннями, знайомляться з особливостями та закономірностями функціонування і розвитку соціальних інститутів, що, в свою чергу, сприяє процесу їх соціалізації, підвищенню рівня загальнолюдської культури [1].

### Список використаних джерел

1. Кращенко Ю. П. Інститут студентського самоврядування освітньо-виховного середовища вищої школи – роль у професійному зростанні майбутнього спеціаліста / Ю. П. Кращенко // Проблеми європейської та євроатлантичної інтеграції України: освітній вимір : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. – Полтава, 2008. – С. 176–179.
2. Яцків Т. Правове регулювання інституту студентського самоврядування в Україні / Яцків Т. // Освіта, технікуми, коледжі: навч.-метод. журнал. – 2005. – № 3/4. – С. 4.
3. Державна національна програма «Освіта» («Україна XXI століття»). – К., 2001. – 61 с.

### RESEARCH OF MARKETING LEGISLATION IN GHANA

*Divina Holali Kumahor, student majoring in Marketing, Mm-51*  
*M. M. Ivannikova, Scientific advisor Associate Professor of the Marketing Chair, PhD in Economics*  
*Higher Education Institutional of Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade"*

In Ghana quest to achieve a middle income country status by the year 2012, it embarked on a big restructuring drive within it trade marketing both internal and external.

It developed and adopted a trade sector support program (TSSP) in the year 2007 to bring this into reality. The trade sector support program was designed to systematically implement the Ghana Trade Policy and deliver rapid and strategic expansion of Ghana's productive base. This was informed by practical experience of rapid economic change in other countries, which has been tailored to Ghana's

context. The Ghana trade policy covered some thematic areas as a way to cover all aspects of the Ghana economy.

However, for the purpose of this paper only some components are chosen for deliberation.

**Multilateral Trade.** Under this component, the country sought to improved Structures for International Trade Negotiations i.e. the capacity of MOTI and other MDAs and stakeholders with trade-related functions to take considered and well-coordinated decisions on all aspects of international trade negotiations and trade relations.

The project outlined a fundamental redistribution of trade-related responsibilities within the Government of Ghana, with a much clearer focus on the central policy-making and co-ordination responsibilities of MOTI. MOTI's capacity to analyse and lead trade negotiations will be strengthened, and mechanisms established for comprehensive Government-wide co-ordination of and consultations on trade policy with private sector, civil society and other stakeholders. (p. 8 Ghana trade policy 2012).

**Creating a fair and transparent import-export regime.** Ensuring a level playing field for all economic operators through effective and systematic application of a transparent tariff regime. A Tariff Advisory Board was being established to ensure that tariffs are set in accordance with national economic development rather than primarily for revenue purposes, and to improve transparency and predictability in the import-export regime. Inconsistencies will be removed from the existing tariffs and mechanisms for granting exemptions and permits streamlined. Capacity will be built in the administration of permits and trade contingency measures, rules of origin and quotas. Finally, measures will be established to stem the illegal export of antiquities. (p. 9 Ghana trade policy 2012).

**Facilitating Trade.** To ensure speedy and efficient goods clearance and thus reduce costs. The project was to support the extension of GCNet connectivity to all border points, simplify and computerize customs procedures and declarations, support CEPS to build sufficient capacity to take over destination inspection functions, rationalize the fee structure of key clearance charges and ensure efficient implementation of the WTO Valuation Agreement. The project will also ensure that the quality of trade data captured is improved for policy analysis.



**Domestic Trade and Distribution.** To create an efficiently functioning domestic market for the development and distribution of products for both local consumption and export, and promote consumer welfare. The project was aimed to reduce price fluctuations and improve prices for producers and consumers through better storage, transport and market infrastructure. Commercial market centres and rest-stops will be developed in key trading areas and the market day concept promoted. It will also aim to reduce high transport costs through provision of transport infrastructure to priority productive areas and support local contractors. The project will facilitate improved infrastructure such as telecommunications, water and electricity as well as access to land and finance, and enable firms locate outside of the main commercial centres thereby supporting the integration of the rural economy into the wider economy. Business registration and streamlining of trade taxes will encourage informal traders into the tax net.

**Consumer Protection and Fair Trade.** To create an environment that affords protection to consumers and enhances consumer welfare. Under this project, a Consumer Protection Policy and Framework Law was being developed. This will lead to the establishment of a Consumer Protection Authority including Small Claims Courts to facilitate consumer redress. Efficient labelling and a code of practice on advertising will be established to improve the accuracy of information provided to the consumer. The project will promote sustainable and environmentally friendly consumption patterns to ensure sustainable development through education campaigns. Finally, consumers will be educated on their rights, and steps taken to strengthen consumer-oriented NGOs and ensure effective representation of consumers on decision-making bodies.

**Protection of intellectual property rights.** To institute an intellectual property regime that encourages innovation, and facilitates productivity improvement and competitiveness. The project was to strengthen the Registrar General's Department and Copyright Office to effectively administer intellectual property rights. This will include the replacement of the current paper-based system with an automated industrial property management system and electronic copyright registers which will be established as turn-key projects. Relevant legislation will be amended or drafted to ensure effective

coverage of all areas of the TRIPS Agreement. Sensitisation of Judiciary through colloquia and educational campaigns for the public to increase awareness will be undertaken. Regarding piracy and counterfeit goods, a task force will be established to eliminate counterfeit goods from the marketplace. To facilitate access to patent information, a patent information point will be established to support entrepreneurs to access relevant information on existing technologies.

Standards. Strengthen standards institutions in Ghana to become internationally competitive. This project streamlined and reorganised national standardisation and upgraded Ghana Standards Board to internationally competitive levels. It was to introduce a shift from a mandatory to a voluntary approach to standards, which will encourage trade and development. A national standards strategy and action plan was to be developed, which will provide a common understanding amongst all stakeholders to enhance Ghana's standardisation. The project also led to the upgrading of all key laboratories in the country and the introduction of ISO/IEC standards and guidelines. In the medium term this will enable accreditation of the key bodies supporting international trade.

## **ACCESSIBILITY OF EDUCATION AND CAREER GROWTH IN THE CURRENT ECONOMIC SITUATION**

***Owusu Oware Ernest, МЕВ англ-21***

***Н. В. Герман, доцент – керівник***

***Н. С. Руденко, ст. викладач***

Since independence Ghana has comparatively distinguished itself among many Sub-Saharan African (SSA) countries in particular, in its educational development. Tertiary education in Ghana over the past decade has witnessed tremendous growth in various frontages—increased access and participation, relative expansion of academic facilities, a growing private sector, and most importantly, a transformative policy environment. Despite these overwhelming developments, there remain inequalities in the higher education system in Ghana: access has not been broadened to include all social groups. Available data suggest unequal participation among women, minorities, individuals from low socioeconomic backgrounds, and spatial-based disparities.

Using enrollment data from universities, policy document from the Ministry of Education, and the National Council for Tertiary Education in Ghana, and academic research reports, I provide descriptive and critical analyses of the structures of inequalities and disparities in higher education in Ghana. I argue that in spite of the massive developments over the years, there exist accessibility and participation gap with respect to students' socioeconomic status, gender, regions of origin, and the type and location of secondary schools attended.

Higher education in Ghana has recently seen remarkable growth in various frontages—widening access and participation, expansion of academic facilities, transformative policy environment that has led to the growth of private sector participation, innovative funding approaches to increase the financial sustainability of institutions, and so on. Universities in Ghana have become attractive to students from other countries, particularly in West Africa. Public universities in Ghana are internationally recognized in terms of the quality of programs offered, teaching, research, and knowledge transfer. Several public universities, have well-developed international programs and partnerships with leading institutions such as Harvard, Yale, and Princeton, giving more credibility to their academic programs.

However, in spite of these overwhelming developments, there remain inequalities in the Higher Education system in Ghana; access has not been broadened to include all social groups. Available data suggest unequal distribution of higher education among women, minorities, individuals from low socioeconomic status, and spatial-based disparities.

Using enrollment data from universities, policy document from the Ministry of Education (MOE), and the National Council for Tertiary Education (NCTE) in Ghana, and academic research reports, the author has provided descriptive and critical analyses of higher education disparities and a brief anatomy of the tertiary education in Ghana, followed by a descriptive examination of the various levels of inequalities that have persisted in the system with particular reference to access and participation—disparity based on students' socioeconomic status, gender-based disparities, regions of origin, and the type or location of secondary schools.

Keywords: Africa, Ghana, higher education access, participation, disparity, equity.

## **СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

---

### **МОДЕРНІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

*О. В. Бондарець, студент спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»*

*Н. С. Педченко, д. е. н., професор кафедри фінансів і банківської справи – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

У сучасних кризових умовах господарювання перед вітчизняними суб'єктами підприємництва постали нові проблеми, пов'язані з наслідками фінансово-економічної кризи та політичною нестабільністю в Україні, які носять гострий і загрозливий характер, тому, відповідно, й загрози фінансовій безпеці суб'єктів підприємництва стають реальнішими і небезпечнішими.

Проблемі забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємництва присвячена достатня кількість праць вітчизняних науковців, зокрема методичні аспекти досліджували такі вчені-економісти як А. Вергун, В. Каркавчук, Т. Кузенко, Ю. Кракос, Н. Серик, Л. Донець, Н. Ващенко, І. Бланк, І. Александров, О. Орлова, А. Половян, О. Пластун, А. Єпіфанов, К. Горячева та ін.

Високо оцінюючи вклад вищезазначених авторів у вирішення питань оцінки фінансової безпеки суб'єктів підприємництва, слід зазначити про об'єктивну необхідність подальшого удосконалення методичного інструментарію фінансової безпеки.

На основі аналізу та вивчення науково-фахової літератури за вказаною проблематикою нами було надано перевагу науковій позиції А. М. Вергун, яка розглядає фінансову безпеку суб'єкта підприємництва як інтегральну характеристику його здатності протистояти існуючим і виникаючим внутрішнім й зовнішнім небезпекам і загрозам, спроможності системи управління забезпечувати й підтримувати фінансову рівновагу, стійкість, платоспроможність та ліквідність в поточному і перспективному періодах [1].

У зв'язку з цим, віддаючи належне доробку В. Каркавчука [2] щодо методики оцінки і прогнозування рівня фінансової безпеки підприємства, за якою автор пропонує множину показників, що визначають фінансову безпеку підприємства поділити на дві групи (фактори внутрішнього середовища, які відображають вплив результатів господарювання на рівень фінансової безпеки та фактори зовнішнього середовища, які зумовлені впливом зовнішнього середовища щодо підприємства і характеризують умови, в яких функціонує підприємство) вважаємо необхідним її удосконалення заміною абсолютних показників фінансово-господарської діяльності підприємства на систему відносних показників, що відображають рівень загальної ефективності фінансового менеджменту на підприємстві, платоспроможності та фінансової стійкості, ділової активності та ринкової стійкості.

Класифікація внутрішніх показників які було обрано для оцінки рівня фінансової безпеки підприємства наведені в табл. 1.1

**Таблиця 1.1 – Класифікація внутрішніх показників оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів підприємництва**

Внутрішні	Показники оцінки рівня управління: $X_1$ – рентабельність власного капіталу;
	Показники оцінки платоспроможності та фінансової стійкості: $X_2$ – коефіцієнт поточної ліквідності; $X_3$ – коефіцієнт абсолютної ліквідності; $X_4$ – співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості
	Показники оцінки ділової активності: $X_5$ – коефіцієнт оборотності активів; $X_6$ – коефіцієнт оборотності запасів
	Показники оцінки ринкової стійкості: $X_7$ – коефіцієнт автономії; $X_8$ – коефіцієнт фінансування

Інтегральний показник рівня фінансової безпеки підприємства на основі значень кожного показника розраховується за формулою:

$$Y_t = y_{1t} \ y_{2t} \ \dots \ y_{nt}, \quad (1)$$

де  $y_{1t} \dots y_{nt}$  – нормоване значення фінансового показника;  
 $n$  – загальна кількість показників, які характеризують фінансову безпеку підприємства ( $n = 8$ );  
 $t$  – номер часового періоду ( $t = 8$ );

Значення рівня фінансової безпеки підприємства у кожний момент часу буде деяким числом з проміжку  $[0, 1]$ . При цьому чим вище значення інтегрального показника  $Y_t$ , тим більш фінансово стабільним є підприємство (вищий рівень фінансової безпеки) [2].

Перевагою такого підходу є те, що за допомогою нормування значень показників, які впливають на фінансову безпеку суб'єктів підприємництва, уникнено проблеми визначення впливу цих факторів, пов'язаної з різними масштабами значень показників. Крім того, результати такого аналізу можуть виступати інформаційною базою для прогнозування рівня фінансової безпеки на коротко і довгострокову перспективу.

### Список використаних джерел

1. Вергун А. М. Прогнозування рівня фінансової безпеки підприємств легкої промисловості / А. М. Вергун // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 1(187). – С. 342–358.
2. Каркавчук В. В. Аналіз системи фінансової безпеки підприємства / В. В. Каркавчук // Вісник Львівського національного університету ім. Івана Франка. – Серія : Економічна. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка. – 2007. – Вип. 38. – С. 90–94.

## УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**М. В. Войко**, студентка спеціальності «Фінанси і кредит», група ФКм-51;

**І. В. Голуб**, студент спеціальності «Фінанси і кредит», група ФКм-51;

**Н. С. Педченко**, д. е. н., професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
 Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Підвищення фінансової стійкості підприємства є складним процесом, який реалізується поступово. Саме тому пропонуємо

алгоритм реалізації напрямів відновлення (підвищення) стійкого стану за п'ятьма основними етапами, який представлено на рис. 1. Як видно з наведеної схеми, реалізація напрямів підвищення фінансової стійкості підприємства розпочинається із підготовки аналітичної бази для проведення дослідження, яка містить сукупність зовнішніх і внутрішніх інформаційних засобів, які визначають ступінь впливу відповідних факторів.



Рисунок 1 – Алгоритм реалізації напрямів підвищення фінансової стійкості за основними етапами  
[складено автором на основі 2, 3]

Зовнішні інформаційні засоби – це:

– дані про нормативно-правове забезпечення функціонування підприємства на товарному, матеріальному й фінансовому ринках (прийняті законодавчі акти, проекти та прогнози рішень

влади; прогнози міжнародних експертів і представників впливових міжнародних фінансових організацій);

- дані про динаміку основних макроекономічних показників галузі та промисловості в цілому, наприклад, про обсяг реалізованої промислової продукції, індекси споживчих цін, індекси цін виробників промислової продукції, фінансові результати, рентабельність операційної діяльності, стан оборотних активів і поточних зобов'язань;

- дані про очікувані тенденції розвитку подій на вітчизняних і міжнародних ринках.

Метою внутрішніх інформаційних засобів є розкриття інформації про стан фінансових ресурсів підприємства, що відповідає положенням (стандартам) бухгалтерського обліку, Податковому кодексу та іншим законодавчим вимогам про формування фінансової, статистичної, бухгалтерської інформації, а також первинної документації підприємства.

Наявність достатньої аналітичної бази для проведення дослідження – це важливий компонент формулювання правильних висновків про стан порушення стійкості підприємства, що здійснюється на другому етапі в процесі діагностики.

Діагностику порушення фінансової стійкості підприємства пропонується проводити в такий спосіб:

- аналіз незалежності підприємства – для збирання даних про стан розрахунків, формування фінансових ресурсів, ефективність розподілу чистого прибутку (за його наявності), а також зміни в процесі виробництва й реалізації продукції під впливом факторів зовнішнього середовища;

- визначення типу фінансової стійкості підприємства – для обґрунтування ефективності формування фінансових ресурсів і джерел їх фінансування;

- оцінка грошових потоків підприємства – для порівняння вхідних і вихідних потоків за такими характеристиками, як:

- 1) достатність формування;
- 2) рівномірність генерування в короткостроковому періоді;
- 3) оптимальність утворення в довгостроковій перспективі.

На третьому етапі дослідження з урахуванням результатів діагностики фінансово-економічного й виробничого становища



підприємства необхідно прийняти до виконання напрями відновлення його фінансової стійкості, серед яких слід виділити: негайні; поточні; допоміжні.

Негайні напрями за своєю суттю полягають у першочерговості прийняття до виконання. Їх основне завдання полягає в тому, щоб забезпечити виробничий процес підприємства фінансовими ресурсами з власних джерел. До негайних напрямів необхідно віднести: припинення фінансування невиробничих програм розвитку, скорочення загальновиробничих витрат і заборгованості, продаж фінансових інвестицій і необоротних активів, які не використовуються у виробничому процесі.

Поточні напрями слід приймати до виконання після реалізації негайних. Серед усіх поточних напрямів особливо важливими є напрями, пов'язані з модернізацією виробництва й залученням для цього інвестицій, скороченням витрат і корегуванням ціни продукції, зменшенням кредиторської заборгованості.

Роль допоміжних напрямів відновлення фінансової стійкості, які є обов'язковими до виконання, полягає у створенні максимально сприятливих умов досягнення прибутковості діяльності й стабільності становища в післякризових умовах. На думку автора, до складу допоміжних напрямів слід віднести кредитування вітчизняних покупців, пошук нових ринків збуту продукції, підписання довгострокових контрактів тощо.

Реалізація напрямів відновлення фінансової стійкості підприємства – це четвертий етап у стабілізації й удосконаленні становища підприємства, який передбачає: моніторинг; облік результативності; контроль за реалізацією напрямів.

Виходячи із сутності моніторингу в управлінні підприємством, який обґрунтовано в роботах [1, 4], вважаємо, що під моніторингом упровадження напрямів підвищення фінансової стійкості слід розуміти постійне спостереження за реалізацією прийнятих заходів і їх результатами. Так, моніторинг розпочинається з визначення відповідальних осіб у відділах і службах підприємства за реалізацію конкретних заходів, безпосередніх виконавців завдань відновлення стійкого стану та строків

виконання цих завдань із визначенням проміжних результатів, яких слід досягти [4]. Кінцевою метою моніторингу є досягнення позитивного результату у відновленні фінансової стійкості за рахунок фінансових ресурсів та джерел їх фінансування [4].

Аналіз результативності напрямів відновлення прибуткового стану відбувається на основі постійного порівняння стану фінансової стійкості в докризовий і післякризовий періоди:

- з використанням методів факторного аналізу, прогнозування;

- на основі динаміки грошових потоків, особливо позитивного руху коштів від операційної діяльності після завершення реалізації негайних напрямів відновлення й після закінчення модернізаційних процесів.

Контроль за реалізацією напрямів полягає у вивченні проміжних і кінцевих результатів відновлення фінансової стійкості, корегуванні (за необхідністю) основних завдань відповідно до впровадження заходів удосконалення управління фінансовою стійкістю підприємства. Контроль здійснюється не тільки керівниками фінансового департаменту (відділу, служби), але й керівниками виробничого та збутового осередків підприємства.

У разі досягнення позитивних результатів у відновленні (підвищенні) фінансової стійкості підприємства підбиваються підсумки й узагальнюються результати реалізованих напрямів, заходів і завдань.

### **Список використаних джерел**

1. Егоров П. В. Стратегический мониторинг в управлении финансово-хозяйственной деятельностью производственных систем / П. В. Егоров, Н. В. Алексеенко. – Донецк : Юго-Восток, 2005. – 173 с.
2. Кравченко М. Напрями відновлення фінансової стійкості підприємства / М. Кравченко // Економіка. – 2012. – № 6 (113). – С. 28–32.
3. Опачинський Д. Методи визначення приросту фінансових ресурсів підприємства, напрямів та ефективності їх використання / Д. Опачинський // Економіст. – 2011. – № 8. – С. 23–27.
4. Педченко Н. С. Моніторинг фінансової конкурентоспроможності підприємств : монографія / Н. С. Педченко. – Полтава : ПУСКУ, 2007. – 103 с.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ

**А. В. Іващенко**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК м 51;

**К. В. Лебеда**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК м 51

**В. В. Карцева**, д. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

У сучасних умовах господарювання важливим є створення теоретико-методичної бази системи управління підприємством на основі фінансового контролінгу, яка б надала можливість модернізувати діючу систему організації діяльності та забезпечити стабільність не тільки на сьогоднішній момент, але й на перспективу.

На сучасному етапі багато вчених приділяє увагу визначенню та дослідженню контролінгу та фінансового контролінгу. Розвиток теорії контролінгу та фінансового контролінгу відображено у працях І. Ансоффа, П. Друкера, Т. Коупленда, М. Мескона, А. Томпсона та інших. Розвитку концептуальних положень присвячені праці таких вчених як: А. Дайлс, Е. Майєр, Р. Манн, Д. Хан, К. Хомбург, Г. Піч, Х. Фольмут, В. Кнауф, С. Данілочкіна, О. Карминський, І. Маринюк, М. Оленєв, О. Потоцька, О. Примак, Ф. Пісчанов, Д. Попов, С. Фалько, Е. Уткін та ін. Дослідженнями проблем контролінгу та фінансового контролінгу займалися і вітчизняні вчені І. Бланк, В. Гєсць, В. Савчук, В. Сопко, М. Чумаченко, О. Терещенко, С. Козьменко, С. Петренко, М. Пушкар, Л. Сухарєва.

В умовах ринку фінансовий контролінг, як система сукупних процесів, має забезпечити управління інформаційною та методологічною підтримкою в сфері підготовки та прийняття управлінських рішень

Практика управління свідчить про те, що без використання сучасних методів фінансового контролінгу неможливо витримати конкуренцію та вирішити проблеми, які виникають в процесі діяльності підприємств. Імплементация фінансового контролінгу в систему фінансового менеджменту сприяє формуванню оновленої моделі управління, яка дозволяє виявляти внутрішні

резерви зростання стратегічного потенціалу, збільшення прибутковості та мінімізації ризиків.

Фінансовому контролінгу, останнім часом, приділяється значна увага. Важливим завданням для підприємства в такому контексті є удосконалення системи менеджменту на основі створення системи фінансового контролінгу як окремого напрямку економічної роботи з метою реалізації оперативних та стратегічних управлінських рішень. Концепція фінансового контролінгу сформувалась у межах загальної концепції контролінгу на базі розвитку контролю в системі управління підприємством.

Фінансовий контролінг посідає центральне місце в міжфункціональній системі управління підприємством і має стійкі зв'язки з іншими видами управлінської діяльності підприємства. Ми дотримуємося думки, що фінансовий контролінг має різноаспектний вплив на діяльність підприємства. Рівень цього впливу залежить від того, в якому напрямі управлінської діяльності бере участь фінансовий контролінг (облік, аналіз, моніторинг, регулювання, контроль, координація, планування, бюджетування, інформаційне забезпечення).

У літературних джерелах немає однозначної думки авторів щодо концептуальних складових контролінгу, а тим більше фінансового контролінгу, хоча фінансова складова завжди присутня як необхідний атрибут функціонування системи контролінгу. П. Хорват [6, с. 23] підкреслює, що система контролінгу представлена чотирма підсистемами: філософією (цілі, принципи), інструментами, організацією і процесом контролінгу. М. М. Павленков у своєму дослідженні [8, с. 55] виокремлює наступні складові елементи системи контролінгу: роль, значення і місце підприємства; ціль функціонування; характер продукції, що виробляється; технологія, наукова організація, структура; методологія; норми і нормативи; система координації; планування; облік, аналіз і контроль; прогнозування; професіоналізм контролера; автоматизація контролінгу. Ю. В. Кутанін [7, с. 16] визначає контролінг як сукупність взаємопов'язаних об'єктів і ресурсів, організованих у єдине ціле і виділяє чотири підсистеми: суб'єктивну, об'єктивну, методологічну та управлінського обліку з поелементною розбивкою цих підсистем. Суб'єктивна підсистема представлена внутрішніми та зовнішніми службами підприємства. Об'єктивна – облік, аналіз, планування, контроль, інформаційні потоки (ці складові одночасно є і функціями

контролінгу). Методологія включає методи, інструменти, методики, технології.

Колектив авторів [4, с. 16] виділяє такі складові системи контролінгу: встановлення цілей; напрацювання рекомендацій щодо прийняття управлінських рішень; планування; управлінський облік; аналіз планів, результатів і відхилень; інформаційні потоки; контроль; моніторинг.

Проаналізувавши визначення науковців про цілі контролінгу, можна в більш загальному вигляді виокремити наступні:

- формування високоефективної системи інформаційних потоків;

- зниження виробничих і фінансових ризиків;
- підвищення якості управлінських рішень і завдань;
- забезпечення стійкого економічного розвитку як на короткострокову, так і довгострокову перспективу.

За переконанням авторів, головні завдання фінансового контролінгу в сучасній системі управління підприємство визначає планування, контроль і регулювання.

Завдяки системі контролінгу підприємство або об'єднання, корпорація має можливість доповнити існуючу систему управління модифікованими елементами управління, що підвищує рівень її ефективності.

Контролінг, інтегруючи в єдину систему від обліку до контролю, включаючи аналіз, планування і прогнозування дає можливість сформувати цілісну координаційну систему управління [1–3, 5]. У разі досягнення високого рівня координації управлінської системи у керівництва скорочуються витрати часу на прийняття управлінського рішення з тим самим, а може і вищим рівнем якості та відповідальності. Фінансовий контролінг є необхідною складовою контролінгу підприємства, що забезпечує якісне його функціонування та підвищує рівень діючої системи управління.

Зміст системи фінансового контролінгу полягає в її орієнтирах на майбутнє та «вузькі місця» в управлінні та діяльності підприємства. Завдяки оперативним інструментам фінансового контролінгу можна зробити коригування намічених цілей відповідно до змін пріоритетів діяльності. Керівництво підприємства, використовуючи діючу систему фінансового контролінгу, має забезпечити якісне і своєчасне виконання установлених завдань.

У результаті дослідження встановлено, що фінансовий контролінг забезпечує ув'язку в єдине ціле усіх складових системи управління, основною метою якого є досягнення поставлених цілей шляхом перманентного регулювання напрямів розвитку підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг : учебник по специальности «Менеджмент организаций» / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. – 2-е изд. – Москва : Омега-Л, 2005. – 280 с.
2. Дайле А. Практика контроллинга : пер. с нем. / под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича, Е. Н. Тихоненковой. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 336 с. – пер. изд. : Deyhle A. Controller – Praxis. – Management Service.
3. Карцева В. В. Методичні підходи до формування системи фінансового контролінгу на підприємстві / Карцева В. В. // Економічний форум. Науковий журнал. Луцький національний технічний університет. м. Луцьк. – № 1. – 2013. – 484 с.
4. Контроллинг в бизнесе. Методические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примаков, С. Г. Фалько. – 2-е изд. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
5. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Даниловичин, Н. Г. Даниловкина и др. ; под ред. Н. Г. Даниловкиной. – Москва : Аудит, ЮНИТИ, 2002. – 279 с.
6. Концепция контроллинга: управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horváth & Partners ; пер. с нем. – 2-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).
7. Кутанин Ю. В. Механизм организации контроллинга на промышленном предприятии : дис. ... к. э. н., спец. 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность) / Кутанин Ю. В. – М., 2010. – 151 с.
8. Павленков М. Н. Контроллинг промышленного предприятия: методология, теория, практика : монография / М. Н. Павленков. – Нижний Новгород : Из-во Волго-Вятской академии гос. службы, 2007. – 364 с.

## ФІНАСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

**В. В. Малашина**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК м-51

**В. В. Карцева**, д. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Розвиток економічної науки на фоні динамічних реалій сучасного економічного життя визначає необхідність дослідження фінансової безпеки. Крім того, функціонування підприємств супроводжується недостатністю інвестиційних ресурсів, високим ступенем зносу основних виробничих засобів, низькою конкурентоспроможністю продукції що є загрозою фінансовій безпеці підприємства.

Сучасні тенденції розвитку вітчизняних суб'єктів підприємництва свідчать про необхідність підвищення рівня фінансової безпеки. Головною умовою забезпечення ефективної діяльності суб'єктів підприємництва є формування дієвої системи управління фінансовою безпекою, яка забезпечує прогнозування, попередження, подолання загроз суб'єктів підприємництва. Таким чином підвищується теоретичний і практичний інтерес до розробки науково-методичного підґрунтя управління фінансовою безпекою суб'єктів підприємництва.

Загальнотеоретичні питання методологічних засад фінансової безпеки досить широко висвітлюються у працях О. Ю. Амосова, І. А. Бланка, О. Є. Гудзь, Л. С. Папехіна, І. В. Чібісової, А. О. Єпіфанова, О. Е. Пономаренко, М. Бердара, Л. В. Перекрестова, О. С. Журавка, Є. К. Бондаренко та багатьох інших.

Разом з тим, аналіз наукових публікацій дозволяє констатувати той факт, що існує низка невіршених питань, щодо застосування єдиного підходу до визначення стану фінансової безпеки, а також залишаються дискусійними і вимагають додаткового вивчення аспекти управління фінансовою безпекою підприємств.

Значна кількість дослідників [1, 4, 8] фінансову безпеку підприємств представляють як механізм, що з одного боку, забезпечує стабільність фінансової системи суб'єкту шляхом використання захисних фінансових інструментів, а з іншого –

забезпечує її ефективність шляхом організації раціонального використання фінансових ресурсів.

Аналіз інформаційних джерел свідчить про те, що у наукових колах не існує єдиної думки щодо сутності фінансової безпеки підприємства. Так, Бердар розглядають фінансову безпеку підприємства «як функціональну складову економічної безпеки підприємства, яка полягає у наявності такого його фінансового стану, який характеризується: збалансованістю і якістю фінансових інструментів, технологій і послуг; стійкістю до загроз; здатністю підприємства забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, а також місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів; а також спрямованістю на ефективний і сталий розвиток». [6].

Р. С. Папехіна фінансова безпека визначає певний стан фінансової стабільності, в якому повинно знаходитися підприємство для реалізації своєї стратегії, характеризується можливістю підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам [10].

Автори [2, 6–10] розглядають фінансову безпеку підприємства як стан, що забезпечує захищеність фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього й внутрішнього характерів, фінансову рівновагу, стабільність, платоспроможність і ліквідність, тощо.

Грунтовно дослідив істотні характеристики поняття «фінансова безпека підприємства» Бланк І. А. [3]. Він виділив наступні характеристики:

1. Фінансова безпека підприємства є основним елементом системи його економічної безпеки.

2. Фінансова безпека є системою кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, що в комплексі відображає рівень його фінансової захищеності.

3. Об'єктом її забезпечення є сформована система пріоритетних збалансованих фінансових інтересів підприємства, що потребують захисту в процесі його фінансової діяльності.

4. Основою формування фінансової безпеки підприємства є ідентифікована система реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру його фінансовим інтересам.

5. Система конкретного підприємства припускає диференційований рівень кількісних і якісних параметрів захищеності фінансових інтересів, адекватний його фінансовій філософії.



6. Фінансова безпека підприємства є системою, що забезпечує стабільність важливих фінансових пропорцій розвитку підприємства.

7. Важливою цільовою спрямованістю системи фінансової безпеки підприємства є створення необхідних фінансових передумов стійкого зростання підприємства в поточному і перспективному періодах.

Фінансово-економічна безпека підприємства направлена на створення відповідних умов для виявлення та подолання кризових явищ у діяльності підприємства з метою реалізації поставлених ним статутних цілей і завдань. Фінансово-економічна безпека підприємства є динамічною ознакою, що змінюється під впливом чинників і загроз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Враховуючи наведену вище інформацію, вважаємо за потрібне виділити основні напрями фінансово-економічної безпеки (рис. 1).



Рисунок 1 – Напрями фінансово-економічної безпеки підприємства

**Джерело:** систематизовано автором на основі джерел [2, 6–10].

Отже, різноманіття підходів щодо визначення сутності поняття «фінансова безпека підприємства» пояснюється його багатоаспектністю, але кожен із цих підходів не враховує ту чи

іншу істотну характеристику фінансової безпеки підприємства. На нашу думку, поняття «фінансова безпека підприємства» є синтезованим, інтегруючим у собі важливі характеристики категорій «економічна безпека підприємства» та «фінанси підприємства». Ці категорії досить глибоко розглядаються в сучасній літературі, що дозволяє використовувати їх теоретичну основу і методологічний апарат при дослідженні важливих змістовних характеристик поняття «фінансова безпека підприємства» як об'єкта управління.

У результаті дослідження встановлено, що існуючі методичні підходи до управління фінансовою безпекою підприємств недостатньо розроблені як у науковому, так і організаційно-практичному аспекті.

Огляд найбільш важливих характеристик фінансової безпеки демонструє те, що дана категорія є багатоаспектним та складним поняттям та потребує більш детального вивчення, в тому числі як об'єкта управління.

### **Список використаних джерел**

1. Чібісова І. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Чібісова, Є. М. Івашина. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppei/2011\\_31/Chibis.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2011_31/Chibis.pdf). – Назва з екрана.
2. Фінансова безпека підприємств і банківських установ : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова ; [А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський та ін]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.
3. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – Київ : Ника-Центр, Эльга, 2006. – 776 с.
4. Пономаренко О. Е. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємств / О. Е. Пономаренко. – Економіка розвитку. – 2010. – № 1 (53) – С. 77–80.
5. Журавка О. С. Теоретичні аспекти формування системи фінансової безпеки підприємства / О. С. Журавка, Є. К. Бондаренко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4. – С. 234–237.
6. Бердар М. Забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємництва / М. Бердар // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2011. – № 124/125. – С. 73–76.
7. Куцик В. І. Фінансова безпека підприємства самостійний об'єкт управління: проблеми забезпечення / В. І. Куцик, А. І. Бартиш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4 – С. 250–255.

8. Лаврова Ю. В. Фінансова безпека підприємства: класифікація загроз [Електронний ресурс] / Ю. Лаврова // Економічний аналіз. – 2011. – № 9, Ч. 2. – С. 274–277. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ecan/2011\\_9\\_2/pdf/lavrova.PDF](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecan/2011_9_2/pdf/lavrova.PDF). – Назва з екрана.
9. Кудрицька Ж. В. Система управління фінансовою безпекою підприємства [Електронний ресурс] / Ж. В. Кудрицька // Ефективна економіка. – 2012. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>. – Назва з екрана.
10. Перекрестова Л. В. Внешние и внутренние угрозы финансовой безопасности предприятия / Перекрестова Л. В., Папехин Р. С. // Финансы и кредит. – 2009. – №16. – С. 68–75.

## ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ

**А. В. Крамаренко**, студент спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКМ-51

**М. Б. Чижевська**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В сучасних умовах питання щодо побудови ефективної грошово-кредитної політики є надзвичайно актуальним, адже вона впливає на такі важливі макроекономічні показники, як рівень інфляції, обсяг грошової маси та грошових агрегатів, ставку рефінансування, ВВП, що в кінцевому підсумку чинить вплив на фінансовий стан держави, окремих суб'єктів та в цілому на соціально-економічне становище в країні.

Грошово-кредитна політика України є важливою складовою фінансової політики, і від її ефективності багато в чому залежить ефективне функціонування економіки, розвиток фінансового ринку, забезпечення підвалин для стабільного економічного зростання та досягнення соціальної гармонії у суспільстві. Як стверджують фахівці, щоб бути ефективною, грошово-кредитна політика повинна відповідати умовам України, а не орієнтуватися на абстрактні схеми й стандарти [1].

Основним вектором вітчизняної монетарної політики є забезпечення цінової стабільності з використанням режиму інфляційного таргетування.

Для забезпечення цінової стабільності НБУ використовує наступні інструменти: зміна ключової процентної ставки грошо-

во-кредитної політики; операції тонкого налаштування та структурні операції регулювання ліквідності, тобто тендери рефінансування та тендери з розміщення депозитних сертифікатів Національного банку; обов'язкове резервування [2].

В 2017 році НБУ було зроблено для виконання поставленої мети:

- підтримання цінової стабільності;
  - подальше зниження облікової ставки, що в середньостроковій та довгостроковій перспективі сприятиме зниженню відсоткових ставок за кредитами, які видають банки, та сприятиме активізації кредитування;
  - посилення прозорості своєї діяльності, оприлюднюючи необхідну інформацію на своєму офіційному сайті;
  - визначено нові критерії розподілу банків на окремі групи.
- В НБУ наголосили, що такий розподіл не буде застосовуватися для наглядових цілей, а буде використовуватися виключно для більш детального та ефективного представлення результатів діяльності банківської системи України;
- пом'якшено встановлений раніше графік докапіталізації;
  - послаблення антикризових обмежень та валютна лібералізація;
  - зменшено граничний розмір розрахунків готівкою з участю фізичних осіб зі 150 тисяч гривень до 50 тисяч гривень [3, 4].

Таким чином, головною метою грошово-кредитної політики України в сучасних умовах та в середньостроковій перспективі є забезпечення цінової та фінансової стабільності задля забезпечення передумов сталого економічного розвитку, адже низький рівень інфляції піде на користь всім учасникам економічного процесу (держава, населення, підприємства).

Грошово-кредитна політика НБУ у найближчій перспективі буде спрямована й на виконання таких цілей, як підтримання режиму плаваючого обмінного курсу та нарощення рівня міжнародних резервів, а також здійснення контролю за зростанням грошових агрегатів відповідно до програми співпраці з МВФ. Очікується, що політика цінової стабільності, яка є базовим чинником структурної трансформації економіки України, сприятиме зниженню довгострокової волатильності обмінного курсу.

## Список використаних джерел

1. Гриценко А. А. Яка грошово-кредитна політика потрібна Україні [Електронний ресурс] / А. А. Гриценко. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/?p=5030>. – Назва з екрана.
2. Грошово-кредитна та фінансова статистика НБУ [Електронний ресурс]: офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>. – Назва з екрана.
3. Дорожня карта Національного банку України з переходу до інфляційного таргетування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/> – Назва з екрана.
4. Постанова Правління НБУ № 541 «Про Основні засади грошово-кредитної політики на 2016–2020 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/go/v0541500-1](http://zakon.rada.gov.ua/go/v0541500-1). – Назва з екрана.

## СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ»

**В. М. Ночовна**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК-51м

**М. Б. Чижевська**, к. е. н, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Важливою умовою економічного зростання держави є надійна банківська система. Банки, як головні фінансові посередники, мають бути ефективним інструментом для забезпечення економічного розвитку. Найбільш важливим показником, який характеризує фінансову стійкість окремих банків і банківської системи загалом, є банківський капітал. Тому важливим є забезпечення надійного способу формування, управління, використання капіталу банку та дотримання необхідного його розміру для забезпечення розвитку банківської системи загалом.

Загальним показником, що найбільш точно демонструє рівень забезпеченості капіталом окремого банку та системи загалом, є рівень капіталізації. Поняття «капіталізація банківської системи» залежно від галузі використання науковці трактують по-різному.

О. Островська сутність категорії «капіталізація» ототожнює з реінвестуванням отриманого прибутку в банк [1]. В свою чергу, Д. Розенберг описує капіталізацію як сумарні пасиви, тобто кошти, інвестовані власниками [2].

А. Завгородній, Г. Вознюк та Т. Смовженко пропонують такі визначення поняття «капіталізація» [3]:

1. Процес формування фіктивного капіталу шляхом випуску акцій, облігацій, заставних листів іпотечних банків, інших цінних паперів.

2. Включення відсотка, який нараховується протягом пільгового періоду кредиту, до суми основного боргу для звільнення позичальника у цей період від сплати як частини основного боргу, так і відсотків.

3. Процес реалізації майна підприємства для збільшення капіталу.

4. Перетворення доданої вартості, у вигляді нерозподіленого прибутку в капітал, на розширення виробництва шляхом збільшення активів.

Т. В. Момот у своїй праці «Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології» відзначає: «Згідно прийнятої у світовій практиці термінології капіталізацію банку можна розуміти, як: 1) перетворення доходу у вартість; 2) структуру капіталу банку» [4].

У фінансовому словнику під редакцією А. Благодатіна, Л. Лозовського і Б. Райзбера подано таке тлумачення капіталізації банку: 1) спосіб розподілу, використання прибутку, відповідно до якого весь прибуток або його частина спрямовується на розвиток банку, а не виплачується власникам; 2) спосіб збільшення статутного капіталу банку шляхом перерозподілу власного капіталу банківської установи [4].

Автори праці визначають капіталізацію банку з кількох позицій: 1) збільшення обсягу капіталу банку; 2) сукупна максимальна вартість акцій та облігацій, які може випустити банк; 3) збільшення вартості банку в зв'язку зі зростанням його ринкової вартості; 4) додатковий випуск акцій з метою збільшення капіталу або спрямування частини доходів (прибутку, дивідендів) на збільшення капіталу банку.

Отже, загальною рисою більшості вказаних визначень капіталізації є те, що вони визначають вартісну оцінку капіталу банківської установи, по-перше, з точки зору витрат на його створення (відновлення), а по-друге, з точки зору його спроможності створювати додану вартість.

Виходячи з цього, можна узагальнити визначення капіталізації таким чином: вартісна оцінка капіталу банківської установи з точки зору витрат на його створення (відновлення) або його спроможності створювати додану вартість.

Під категорією «капіталізація банківської системи» будемо розуміти процес нарощування сукупного капіталу банків відповідно до встановлених нормативів регулювання банківської діяльності з метою забезпечення фінансової стабільності банківської системи та економічного зростання країни. Таке формулювання дає змогу визначити об'єкт управління (капітал банку як самозростаючу вартість); системно охопити всіх учасників процесу капіталізації; врахувати вплив НБУ на обсяг та структуру капіталу банків.

### Список використаних джерел

1. Островская О. М. Банковское дело : толковый словарь / О. М. Островская. – Изд. 2, [перераб. и доп.]. – Москва : Изд-во «Гелиос АРВ», 2001. – 400 с.
2. Финансово-кредитный словарь : в 3 т. / гл. ред. Н. В. Гаретовский. – Москва : Финансы и статистика, 1988. – Т. III: Р – Я. – 511 с.
3. Завгородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Завгородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко ; 3-тє вид., випр. та допов. – Київ : Знання, 2000. – 587 с.
4. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології / Момот Т. – Харків : Фактор, 2007. – 224 с.
5. Финансовый словарь / А. А. Благодатин, Л. Ш. Лозовский, Б. А. Райзберг. – Москва : ИНФРА-М, 2006. – Т. VI. – 378 с.

### ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАРТКОВОЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ

**П. М. Цвітченко**, студент спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група БСм-51

**М. Б. Чижевська**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Важливість карткових платіжних систем для банківського сектору полягає в їх ролі як дієвого способу для внутрішніх і міжнародних розрахунків. Карткові платіжні системи мають найбільш складну серед платіжних систем структуру, що обумовлено покладеними на неї методів розрахунку та платіжними інструментами, які в ній використовуються, що видно на прикладі двох основних успішних систем такого типу як Visa і MasterCard.

Карткові платіжні системи досліджували вітчизняні і зарубіжні вчені, а саме: О. Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т. Я. Андрейків, І. С. Кравченко, Ю. С. Балакіна, Б. Саммерс, Дж. Є. Спіндлер, О. М. Коробейникова, Н. В. Байдукова. Проте деякі аспекти карткових платіжних систем потребують більш поглибленого дослідження.

Погляди вчених на визначення терміну «платіжна система» як спосіб міжнародних розрахунків дещо відрізняється. Більшість вчених дають визначення платіжної системи з точки зору складових частин її інфраструктури та обов'язкової функції, якою виступає здійснення грошового переказу.

Вовчак О. Д. уточнює вищезазначене визначення як «набір платіжних інструментів, банківських і, як правило, міжбанківських систем переказу коштів, поєднання яких забезпечує грошовий обіг разом з інституційними правилами та процедурами, що регламентують використання цих інструментів і механізмів» [1].

Кравченко І. С. і Балакіна Ю. С. дають власне визначення платіжній системі – «платіжна система є інфраструктурою фінансового ринку, що містить установу, що забезпечує операційну діяльність платіжної системи, учасників платіжної системи, а також інші елементи, що забезпечують здійснення розрахунків за платежами і переказами учасників і користувачів послуг платіжних систем або третіх осіб шляхом взаємодії між ними у межах визначеного правового поля» [2].

Відповідно до визначення Б. Саммерса і Є. Спіндлера платіжна система – це «ряд правил, установ і технічних механізмів для переказу коштів, що є невід'ємною частиною грошово-кредитної системи» [3].

Коробейникова О. М. характеризує платіжну систему як «сукупність фінансових інструментів, що здійснюють операційну, координаційну, консультаційну та інші види діяльності у сфері здійснення платежів і розрахунків в економіці та (або) її окремих секторах» [4].

Головне призначення платіжних систем як способу міжнародних розрахунків – це здійснення платежів і переказів, адже всі фінансові операції, які здійснюються в межах платіжної системи жорстко регламентовані, а права та обов'язки платіжної



організації учасників, операторів послуг і користувачів визначені правилами системи.

Визначає правила платіжної системи, права та обов'язки її членів і учасників, забезпечує діяльність платіжної інфраструктури, ліцензування і сертифікацію окремих видів діяльності її членів і учасників, організаційний і технологічний розвиток системи – платіжна організація.

Карткові платіжні системи дозволяють виконати функцію переказу вартості більш ефективно, ніж традиційні платіжні системи, що надає конкурентні переваги її учасникам. Вони полягають, по-перше, в скороченні часу проходження платежу внаслідок того, що передача електронного документа набагато швидша, ніж передача документа на паперовому носії. По-друге, ефективність карткових платіжних систем полягає у зниженні рівня трансакційних витрат. По-третє, використання зазначених систем дає змогу знизити рівень операційного ризику, оскільки переважна більшість помилок у банківській діяльності пов'язана, на нашу думку, з так званим людським фактором, шахрайствами, зловживаннями.

В Україні представлені всі види платіжних систем, однак віртуальні гроші і СМС-платежі поки що не легалізовані. Розвиток платіжних систем в Україні нерозривно пов'язаний з банківською системою, тому що більшість платіжних послуг надаються банками.

### **Список використаних джерел**

1. Вовчак О. Д. Платіжні системи : навч. посіб. / О. Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т. Я. Андрейків. – Київ : Знання, 2008. – 341 с.
2. Кравченко І. С. Визначення сутності поняття «Платіжна система» / І. С. Кравченко, Ю. С. Балакіна // Фінансовий простір. – 2014. – № 3 (15). – С. 141–146.
3. Спиндлер Дж. Є. Центральный банк и платёжная система / Дж. Є. Спиндлер, Б. Д. Саммерс // Платёжная система: структура, управление и контроль МВФ. – Вашингтон. – 1994. – 280 с.
4. Коробейникова О. М. Теоретико – методологический анализ сущности локальных платёжных систем / О. М. Коробейникова // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2013. – № 9. – С. 94–108.

## ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*І. О. Басанець, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКМ-51*

*М. Б. Чижевська, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Валютний ринок займає провідне місце серед усіх інших видів фінансових ринків та є складовою економічних процесів, що відбуваються в державі. За своєю природою валютний ринок – це система економічних відносин, пов'язана з операціями купівлі-продажу іноземних валют з метою їх використання в міжнародних розрахунках.

Сучасний валютний ринок – один із видів грошового ринку, який забезпечує купівлю-продаж іноземної та національної валюти. Існування такого ринку є важливою складовою економіки України. Валютний ринок в Україні – це переважно міжбанківський ринок, адже саме в ході міжбанківських операцій здійснюється основний обсяг угод з купівлі-продажу іноземних валют. Шляхом проведення міжбанківських операцій на валютному ринку забезпечується обслуговування міжнародного обороту товарів, послуг і капіталів (міжнародних платежів).

Учасниками валютного ринку є різні групи економічних суб'єктів, кожна з яких прагне здобути максимальний прибуток. Характерним для сучасного валютного ринку є наявність широкого кола регулюючих інституцій, до яких належать: відповідні державні органи; система міжнародних фінансових організацій, угруповань і угод, діючих на міждержавній основі, а також система страхування від валютного ризику. Хоча в сучасних умовах роль держави у валютному регулюванні зростає, державне регулювання не повинно підміняти ринкові саморегулятори, а має лише доповнювати та коригувати відповідним чином їх дію, тому валютний ринок України відрізняється високим рівнем урегульованості всіх найважливіших сегментів [1].

Організацію валютного ринку України, згідно з чинним законодавством покладено на Національний банк України (НБУ). Офіційний курс національної грошової одиниці до іноземних валют, організацію торгів на валютному ринку та використання валютних інтервенцій з метою стабілізації валютного курсу

входить до повноважень національного банку і є однією з першочергових цілей.

Поточна ситуація на валютному ринку України має ознаки традиційності – протягом 2014–2017 років простежується чітка сезонність курсової динаміки з локальними піками знецінення гривні в січні-лютому [2].

Серед фундаментальних факторів, які не сприяли стабільності курсу гривні, такі:

- зростання негативного сальдо торгового балансу – за 11 місяців 2017 року від’ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 5,2 млрд дол. США (на 124 % більше, ніж за аналогічний період 2016 року);

- за 11 місяців 2017 року дефіцит поточного рахунку платіжного балансу становив 3 млрд дол. США;

- неотримання у 2017 році трьох із чотирьох запланованих траншів кредитів від МВФ та неотримання 600 млн євро макрофінансової допомоги від ЄС (унаслідок чого НБУ мав обмеження щодо інтервенцій на міжбанківському валютному ринку з метою згладжування коливань курсу гривні).

НБУ із запізненням зреагував на дисбаланси грошово-кредитного ринку. Зокрема припинення пом’якшення монетарної політики відбулося лише у жовтні 2017 року (облікова ставка була підвищена до 13,5 %, а в грудні – до 14,5 %), у той час, як передумови для переходу до більш жорсткої монетарної політики склалися в серпні-вересні минулого року.

Кабінет Міністрів України та НБУ не вжили заходів стосовно посилення координації бюджетної та грошово-кредитної політики з метою недопущення різкого збільшення пропозиції коштів у гривні наприкінці минулого року, що знайшло відображення в різкому падінні залишків коштів Уряду України на єдиному казначейському рахунку (з 54,1 млрд грн станом на 01 грудня 2017 року до 5,1 млрд грн станом на 01 січня 2018 року), що значно збільшило пропозицію гривні [2].

Поточні коливання обмінного курсу матимуть певний вплив на розвиток інфляційних процесів і на виконання завдань, що містяться в Основних засадах грошово-кредитної політики на 2018 рік та середньострокову перспективу.

Отже, Рада НБУ наразі оцінює співвідношення ситуативних і фундаментальних чинників зниження курсу гривні як рівноваж-

не. З метою запобігання розгортанню девальваційних процесів Рада НБУ наголошує на необхідності прийняття заходів, спрямованих на нівелювання наслідків ситуативних факторів та зменшення впливу фундаментальних причин поточних курсових коливань.

### Список використаних джерел

1. Rybachenko K. V. Modeliuvannia stanu valiutnoho rynku Ukrainy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Про стан валютного ринку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/vr004500-18>. – Назва з екрана.

### ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК ПЕРВИННИЙ СУБ'ЄКТ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

**П. О. Дуган**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКм-51

**М. Б. Чижевська**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Один з найважливіших викликів сьогодення – формування спроможних громад та ефективного самоврядування. Територіальна громада виконує важливі суспільні функції, забезпечує реалізацію основних соціально-економічних прав громадян, є інструментом залучення їх до управління суспільством та його економікою.

Поняття територіальної громади є порівняно новим та малодослідженим для економічної науки України. Разом із тим, у західній соціологічній і правовій доктрині дослідженню місцевих співтовариств приділялася серйозна увага, що пояснювалося, насамперед, функціонуванням у капіталістичних державах системи місцевого самоврядування і зростанням ролі локальної демократії в європейських інтеграційних процесах [1].

Важливою особливістю місцевого самоврядування є реалізація місцевих інтересів. У межах територіальних громад місцеві інтереси переважають над глобальними відомчими та вузько-професійними. Ефект від такого об'єднання сильніший, ніж від механічного поєднання зусиль роз'єднаних індивідів, оскільки в

рамках такої спільноти відбувається не тільки поєднання спільних зусиль в єдине ціле, а й спеціалізація окремих її членів для виконання професійних функцій, починаючи від господарських і завершуючи управлінськими. Інтеграція людей у територіальну громаду з метою спілкування, виховання, виробництва тощо має природний характер, відбувається на добровільній, свідомій основі, із врахуванням уявлень, побажань, мотивів, прагнень кожної людини або більшості людей.

Ознакою територіальної громади є соціально-демографічна взаємодія, тобто сусідські відносини, спільні правила та норми поведінки, відчуття належності та співпричетності до подій у громаді, психологічна ідентифікація інтересів людини з інтересами спільноти, єдиними морально-етичними цінностями. Лише подібне соціальне сполучення у верствах населення дає можливість зрозуміти таку соціальну кумуляцію, а звідси і соціальну спрямованість, зміст муніципальної діяльності територіальних громад.

Врахувавши напрацювання науковців, необхідно використовувати у трактуванні поняття «територіальна громада» сукупність не лише економіко-правових, а й культурних факторів (табл. 1).

**Таблиця 1 – Основні ознаки територіальної громади як суб'єкта місцевого самоврядування**

<b>Ознаки</b>	<b>Характеристика ознаки</b>
Територіальна	Характеризує територіальну громаду як сукупність людей, що проживають на певній території
Історично-культурна	Територіальна громада розвивається в часовому вимірі, їй притаманна своя історія, традиції і звичаї, а також демографічно-етнічна ідентифікація, релігійні погляди та культура, що формує відповідні рамки поведінки, погляди, цінності та особливості взаємовідносин індивідів в межах спільноти та в суспільстві загалом
Правова	Територіальна громада в Україні – це законодавчо визначений суб'єкт правовідносин з відповідними правами та свободами, з визначеними обов'язками
Економічна	Місцева спільнота є суб'єктом права комунальної власності, її члени є платниками місцевих податків і зборів; як суспільний організм вона є колективним споживачем та учасником виробничого процесу для забезпечення відповідних умов життєдіяльності.

Ознаки	Характеристика ознаки
Психологічна	Територіальна громада – це, як уже зазначалося, суспільний організм, для існування якого життєво важливою є ідентифікація себе кожним індивідом-членом цієї спільноти її частинкою, важливою є соціальна взаємодія – постійний кругообіг спілкування та соціальна близькість в межах громади
Політична	Територіальна громада – це представник місцевого населення на політичній арені, який репрезентує його погляди, думки, відтворює настрій
Демократична	Місцева спільнота формується і діє згідно поглядів та переконань її членів, їй як елементу держави характерний принцип виборності, який забезпечує демократичність її розвитку та діяльності
Природна	Територіальна громада створюється на основі двох принципів: самоорганізації та самореалізації, тобто місцева спільнота створюється згідно рішення його членів для реалізації певної мети

Джерело: складено на основі [1, 2].

### Список використаних інформаційних джерел

1. Прокопечко Л. Я. Залучення громадян / Л. Я. Прокопечко, А. С. Крупник // Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. – Т. 8. – Київ : НАДУ, 2011. – С. 220–226.
2. Стрілець Ю. Дієвість територіальної громади як головна передумова розвитку громадського контролю / Ю. Стрілець // Ефективність державного управління. – 2011. – Вип. 27. – С. 407–415.

### ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

**М. О. Степанова**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**М. Б. Чижевська**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник,  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Найважливішим показником, що характеризує фінансовий стан підприємства є платоспроможність. Від ефективного управ-

ління платоспроможністю залежить успішне існування будь-якого підприємства.

Управління платоспроможністю підприємств є важливою ланкою управлінської діяльності, яка забезпечує основну мету функціонування господарюючого суб'єкта – отримання максимального прибутку й рентабельності активів, забезпечення стабільного стійкого фінансового стану підприємства та знаходження рішень щодо його покращення [1].

В довгостроковій перспективі управління платоспроможністю господарюючого суб'єкта являє собою сукупність засобів впливу суб'єктів управління (керівництво, фінансовий менеджмент) на об'єкт або на систему об'єктів управління з метою досягнення і підтримання оптимального значення платоспроможності для даного суб'єкта господарювання. Можна виділити декілька об'єктів управління:

- виробничі запаси;
- дебіторська заборгованість;
- залишок грошових коштів + поточні фінансові інвестиції;
- кредиторська заборгованість за товари;
- зобов'язання за розрахунками;
- короткострокові кредити банків.

Управління платоспроможністю підприємств має здійснюватись у наступній послідовності: збір і обробка інформації щодо платоспроможності та факторів, що на неї впливають; аналіз інформації, складання прогнозних і поточних планів на основі аналізу інформації; організація поточної (оперативної) діяльності підприємства; облік і контроль за діяльністю підприємства.

Управління платоспроможністю має відповідати принципам: достатності, системності, безперервності, економічності, етапності, надійності, збереження активів [2].

Основними завданнями управління платоспроможністю підприємств є:

- визначення відповідності показників цільовим параметрам і потенційним можливостям підприємства, виявлення тенденцій і закономірностей їх змін та впливу факторів на ці зміни;
- визначення різного роду відхилень від норм, можливостей виникнення несприятливих і ризикових ситуацій, їх інтенсивності та динаміки, а також факторів, що на них впливають;

– виявлення потенційних можливостей зміни та розвитку ліквідності та платоспроможності підприємства, кола регульованих факторів, шляхів і засобів їх реалізації;

– контроль за виконанням прийнятих управлінських рішень, ефективністю використання ресурсів та дотриманням соціальних норм і стандартів [4].

При здійсненні управління платоспроможністю підприємства необхідно використовувати сучасні фінансові і економічні методи управління.

Ефективне управління платоспроможністю підприємства неможливе без постійного моніторингу і контролю за її рівнем. Методи фінансового контролю широко застосовуються на багатьох українських підприємствах, до того ж на деяких організована система фінансового контролінгу, який являє собою концепцію інформації та управління, що забезпечує підтримку внутрішнього балансу економіки підприємства шляхом формування інформації про витрати та доходи як основи для прийняття управлінських рішень [3].

Отже, ефективне управління платоспроможністю сприяє забезпеченню вищого рівня економічної безпеки підприємства. Тому підприємства повинні обирати правильні та найбільш ефективні методи управління своїми коштами, які в майбутньому принесуть йому прибутки та забезпечать поточну і перспективну платоспроможність.

### **Список використаних джерел**

1. Ковальчук Т. М. Сучасна філософія управління та проблеми економічного аналізу / Т. М. Ковальчук // Економіка АПК. – 2008. – № 7. – С. 48–53.
2. Непочатенко О. А. Сучасні методи оцінки платоспроможності аграрних підприємств / О. А. Непочатенко // Інноваційна економіка. – 2011. – № 1. – С. 222–225.
3. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – Київ : КНЕУ, 2004. – 560 с.
4. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа : учебник / А. Д. Шеремет. – Москва : ИНФРА-М, 2011. – 352 с.



## БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

**І. О. Супрученко**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК-51м

**М. Б. Чижевська**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Діяльність суб'єктів господарювання в Україні нині стикається із низкою проблем, які суттєво відрізняють її від підприємництва більшості країн із розвинутими ринковими відносинами. В зв'язку з цим, на сьогодні достатньо гостро постає проблема пошуку можливостей активізації банківського кредитування реального сектору економіки.

Статистика свідчить, що у структурі інвестиційних ресурсів підприємств у 2017 році продовжують переважати власні кошти (71,8 % від загального обсягу, 147 млрд. грн.), що свідчить про закритий характер економічного відтворення і сильну залежність стану інвестування в країні від прибутку підприємств, який майже не підкріплений ані державною підтримкою, ані кредитними коштами. А частка банківських кредитів як джерела капіталовкладень зменшилася до критичної цифри 7 %. Таке кредитування не відповідає цілям довгострокового розвитку, оскільки спрямована на споживання та підтримку поточної діяльності підприємств, а не на економічне зростання (частка кредитів банків у поточну діяльність коливається в межах 80 %) [1].

Негативний вплив, що породжує дефіцит фінансових ресурсів чинить вилучення депозитів із банківської системи, несприятливий податковий режим щодо кредиторів та позичальників та невизначеність інституційного середовища в умовах кардинального перегляду чинної нормативно-законодавчої бази.

Зауважимо, що кредитування реального сектору залишається досить ризиковим сегментом для вкладення ресурсів, тому що більшість підприємств працюють на застарілому обладнанні та є некредитоспроможними, а це, своєю чергою, може спричинити втрату доходів, а отже, знизити ефективність ведення банківського бізнесу, що відображається й на ціні кредитів. Високі ставки по банківських кредитах, які нині сягають близько 20 %,

вимагають відповідного забезпечення прибутковості позичальників задля можливості їх погашення. Висока вартість банківських кредитів в умовах економічної нестабільності потребує збільшення мінімальної суми прибутку для покриття фінансових витрат підприємства, а зростаючі фінансові витрати, відповідно, можуть призвести до збиткової діяльності, тобто негативного ефекту фінансового важеля. Саме тому в сучасних умовах першочергового значення набуває питання зниження ціни кредиту для реального сектору, адже позичальники не в змозі залучити інвестиційні кошти на прийнятних для них умовах та повернути позику.

За ствердженням фахівців, ще одним негативним фактором, що створює дефіцит кредитних ресурсів для реального сектору, є перерозподіл тимчасово вільних коштів банків із кредитного портфеля в портфель боргових цінних паперів держави, адже високі процентні ставки, які пропонує держава (на рівні до 20 % річних), суттєво знижують зацікавленість банків у кредитуванні реального сектору економіки, адже банки, розміщуючи надлишкову ліквідність у короткострокових (до 14 днів) сертифікатах НБУ за ставками на рівні 18 % річних і вище або переводячи кошти зі сертифікатів НБУ у портфель ОВДП, уникають надлишкової ризиковості неповернення коштів. Ці два інструменти є безпечнішими та прибутковішими інвестиційними проектами (ОВДП для довгострокових вкладень, сертифікати НБУ – для короткострокових) на тлі проблемності більшості позичальників реального сектору [1, 2].

За цих умов для стимулювання кредитування банками реального сектору необхідно прискореними темпами розвивати систему гарантії кредитів, які б надавалися пріоритетним галузям економіки [2].

Доцільним буде створення умов, за яких би банківські установи були зацікавлені в кредитуванні підприємств реального сектору та сприяли б зниженню ступеня ризику під час здійснення таких операцій. Необхідним є забезпечення належного правового та економічного середовища, яке б сприяло належному захисту інтересів як кредиторів, так і позичальників, наприклад у разі неплатоспроможності банку на законодавчому рівні встановлення додаткової майнової відповідальності його власників належним їм майном, що б унеможливило поширену в Україні практику ухилення від майнової відповідальності фактичних власників проблемних банків.

### Список використаних джерел

1. Березовик В. Коли банки відновлять кредитування реального сектору економіки [Електронний ресурс] / В. Березовик. – Режим доступу: <https://forbes.net.ua/.../1412072-koli-banki-vidnovlyat-kredituvan>. – Назва з екрана.
2. Сегеда Л. М. Відновлення банківського кредитування реального сектору засобами грошово-кредитної політики як ключовий фактор розвитку національної економіки / Л. М. Сегеда // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 3 (09). – С. 135–141.

### ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Г. С. Янчева, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКМ-51*

*Л. М. Яремченко, науковий керівник, доцент кафедри фінансів і банківської справи, к. е. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

На сучасному етапі розвитку економіки України великі підприємства переживають кризу і розвиток економіки багато в чому залежить від діяльності малих підприємств всіх форм власності. Отже позитиви розвитку малого бізнесу загальновідомі: зменшення безробіття, сприяння економічному зростанню, розвиток конкуренції. Поглиблення ринкових трансформацій неможливе без динамічного розвитку малого підприємництва, що вимагає впровадження такої системи його державної підтримки, яка б забезпечувала створення сприятливого середовища для розвитку цього сектора економіки [1].

В останні роки в Україні посилився інтерес до вивчення перспектив і проблем розвитку малих підприємств і до аналізу тенденцій їх фінансово-кредитної підтримки. Вагомий внесок у дослідженні та аналізу данної проблеми малого підприємництва зробили І. Анацька, В. Бодров, Л. Воротіна, І. Галиця, А. Гринюк, О. Кужель, М. Небава. М. Хурса та інші.

Сьогодні в Україні залишаються невирішеними чимало проблем розвитку малого підприємництва та існує необхідність в активізації ролі держави щодо прискореного формування сектору малих бізнесових структур.

Фінансове забезпечення розвитку малого підприємства є економічною передумовою його діяльності та, як наслідок, насичення ринку товарами, роботами та послугами. Мале підприємництво робить ринкову економіку більш гнучкою, мобілізує фінансові та виробничі ресурси населення, а також вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства. Фінансова криза, падіння курсу гривні, політичні і військові конфлікти, податкова реформа негативно вплинули на розвиток малого підприємства.

Державна підтримка малого підприємництва здійснюється на основі Закону України «Про державну підтримку і розвиток малих та середніх підприємств в Україні», де прописано, що з метою створення сприятливих економічних та організаційних умов для розвитку малого підприємництва держава повинна надати підтримку [2]. Але на цьому етапі розвитку малого підприємництва є значні проблеми. Вихід з цієї проблеми є кредитування малого підприємництва. Адже висока відсоткова ставка за кредит, обов'язкова вимога застави, практично унеможливорює доступність кредитних ресурсів для всіх суб'єктів малого бізнесу, які тільки починають свою справу.

В Україні існують інші фактори, що стримують розвитку малого бізнесу, такі як: недоступність бізнес-освіти для персоналу малих підприємств, відсутність соціальних гарантій; високий рівень оподаткування, що ставить під сумнів прибутковість діяльності малих підприємств, підвищує вірогідність банкрутства; надмірний розвиток корупції та бюрократизму; відсутність ефективних механізмів кредитування та страхування суб'єктів малого бізнесу, незахищеність банківських установ від різноманітних видів ризику, пов'язаних із кредитуванням малих підприємств; політична та економічна нестабільність, а також суперечливість та ускладненість законодавства [3].

Отже, можна зробити такі висновки, що державна підтримка малого бізнесу повинна створювати сприятливі умови для його розширення. Малий бізнес в Україні розвивається нешвидко, що свідчить про стримуючі фактори його потенціалу. Недостатня фінансова грамотність підприємців, нестабільність курсу долара та непрогнозована політика держави, яка загання малий бізнес у глухий кут, – усе це заважає налагодити процес.

## Список використаних джерел

1. Галиця І. Державне регулювання в умовах ринкових відносин / І. Галиця // Економіка України. – 2012. – № 6. – С. 52–53.
2. Анацька І. Ю. Сучасний стан та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / І. Ю. Анацька // . – Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_44\\_60](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_44_60). – Назва з екрана.
3. Небава М. І. Механізми державного регулювання та підтримки малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / М. І. Небава, І. Є. Шайдюк, Ю. І. Черкасова, А. В. Дмитрук. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/> – Назва з екрана.

## СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

**О. І. Курман**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКМ-51

**Л. М. Яремченко**, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сьогодні економіка нашої країни переживає тяжкі часи, тому важливою умовою для успішного функціонування і розвитку всієї сфери підприємництва є економічна безпека підприємства. Для забезпечення економічної безпеки необхідно постійно аналізувати фінансовий стан, проводити обґрунтоване наукове дослідження фінансових відносин і руху фінансових ресурсів у процесі фінансово-господарської діяльності кожного підприємства, тобто проводити діагностику фінансового стану суб'єктів господарювання.

Проблемам діагностики фінансового стану підприємства присвячені праці таких вчених, як Н. М. Ветрова, Ю. С. Копчак, Н. С. Назаренко, О. Є. Найдено, О. А. Сметанюк, С. В. Приймак, О. В. Раєвневої, С. О. Степуриної та ін. Проте, в сучасних умовах проблеми діагностики фінансового стану підприємств все ще залишаються актуальними і саме тому потребують наукового та систематизованого підходу до їх вивчення. завдання.

Саме тому, метою нашого дослідження є визначення сутності проведення діагностики фінансового стану підприємства та аналіз сучасних методів оцінювання фінансово-економічного стану підприємства, їх теоретичних та практичних аспектів.

Під діагностикою фінансового стану підприємства розуміється ідентифікація стану об'єкта через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, направлених на виявлення домінантних факторів такого стану, симптомів та причин виникнення проблеми або можливих ускладнень, оцінку можливостей підприємства реалізувати стратегічні і тактичні цілі, підготовку необхідної інформаційної бази для прийняття рішення [3].

В економіці підприємства методи діагностики фінансового стану класифікують за різними класифікаційними ознаками. За ступенем обґрунтованості розрізняють неформалізовані та формалізовані методи діагностики фінансового стану. Неформалізовані методи ґрунтуються на характеристиці аналітичних процедур на логічному рівні, а не на жорстких аналітичних взаємозв'язках та залежностях. Ці методи відрізняються певним суб'єктивізмом, оскільки вони здебільшого засновані на інтуїтивному відчутті, досвіді та знаннях аналітика. До формалізованих методів діагностики фінансового стану відносять ті, в основу яких покладено науково-обґрунтовані і доведені аналітичні залежності. Ці методи є більш об'єктивними, а, відтак, і найчастіше використовуваними в практиці оцінки діяльності вітчизняних підприємств.

Одним із методів проведення діагностики фінансового стану підприємства, який досить широко використовується в сучасній практиці є коефіцієнтний метод, на основі якого розраховуються певні показники його діяльності і розрахувавши які, можна зробити висновки про ефективність діяльності підприємства. До основних показників, на основі яких здійснюється аналіз діяльності підприємства, відносяться такі: показники ліквідності та платоспроможності; показники фінансової стійкості; показники ділової активності; показники рентабельності [2].

Інструментом оціночної діагностики виступають ряд спеціальних показників. До них належать: коефіцієнт власності/незалежності; коефіцієнт позичкових коштів; співвідношення позичкових і власних коштів; коефіцієнт абсолютної ліквідності; проміжний коефіцієнт покриття; загальний коефіцієнт покриття.

Загалом діагностику фінансового стану підприємства доцільно здійснювати по таких основних напрямках: аналіз фінансової звітності підприємства за результатами його фінансово-господарської діяльності – складання економічного паспорту підприємства; аналіз конкурентних переваг і порівняльний аналіз із

підприємствами-конкурентами, аналіз асортименту продукції – визначення ринкової позиції підприємства; аналіз рівня і якості менеджменту підприємства; аналіз компетенцій та інтелектуального потенціалу підприємства; аналіз поставок і клієнтури підприємства – визначення ключових факторів успіху.

Підсумовуючи вище зазначене, можна зробити висновок, що своєчасно та якісно проведена діагностика фінансового стану підприємства є основою забезпечення перспектив подальшого економічного і соціального розвитку. Вона має змогу оцінити фінансовий стан підприємства та запобігти кризовому становищу, залишаючи його конкурентоспроможним.

### **Список використаних джерел**

1. Сметанюк О. А. Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління : автореф. дис. ... канд. екон. наук / 08.06.01. / О. А. Сметанюк – Хмельницький : Хмельницьк. нац. ун-т, 2006. – 20 с.
2. Найдено О. Є. Методика діагностики стану внутрішнього середовища підприємства / Найдено О. Є. // Вісник Східноукраїнського нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2005. – № 2 (84). – С. 162–170.

### **СУТНІСТЬ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ Й ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ**

**А. В. Ацеховська**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51 (Х-н)  
**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст фінансово-господарської діяльності. Фінансовий стан підприємства промисловості значною мірою залежить від наявності та ефективності використання оборотних коштів.

Термін «оборотний капітал» походить від англійського поняття «circulating capital» і з'явився у словниковому обігу у зв'язку з активним використанням англійських джерел економічної літератури. В українських джерелах з економічної

теорії його синонімами є «оборотні засоби», «оборотні кошти», «оборотні активи», «поточні активи».

До оборотних активів належать: запаси, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, витрати майбутніх періодів тощо. Вони перебувають у постійному русі, набуваючи форми грошей, запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції.

Сутність оборотного капіталу, як і кожної економічної категорії, найбільш повно виражається в його функціях. Дослідження змісту кругообігу й обігу авансованої вартості в процесі розширеного відтворення, а також ролі оборотного капіталу в здійсненні цього процесу дають змогу виділити дві його економічні функції, що за змістом можуть бути об'єднані в єдину – відтворювальну: забезпечення неперервності торговельно-комерційного процесу; економічний вплив на цей процес. Для виконання оборотним капіталом цих функцій необхідно, по-перше, щоб його рух у ході кожного кругообігу був безперервним і, по-друге, щоб ці кругообіги переходили в єдиний обіг. У першому випадку безперервність процесу реалізації забезпечується авансуванням вартості в грошовій формі і її подальшому русі через зміну функціональних форм. У другому випадку «перехід» вартості, що вивільнилася з закінченням одного кругообігу, в інший кругообіг визначається здатністю грошової форми вартості бути знову авансованою. Здійснюється цей перехід через фінансово-кредитний механізм.

Ефективність використання оборотних коштів – одна з головних умов успішної діяльності підприємства. Унаслідок прискорення оборотності обігових коштів з обороту частина їх вивільняється. Це дає змогу зекономити значні суми і збільшити обсяги виробництва та реалізації продукції без додаткових фінансових ресурсів. Постійне управління оборотними коштами дає змогу своєчасно визначити вади механізму управління, зосередити увагу на стадії формування джерел фінансування оборотних коштів, удосконалити модель щодо визначення оптимальних джерел фінансування оборотних коштів залежно від стратегічного напрямку розвитку підприємства і, як наслідок, – підвищити ефективність використання оборотних коштів підприємства. Враховуючи значні темпи інфляції, потреба підприємств в оборотних коштах постійно зростає, і це пов'язане зі зростанням цін на матеріальні ресурси, планові запаси яких підприємства мають створювати. Саме цей чинник у нинішніх умовах



функціонування економіки в Україні в найбільшій мірі спричиняє хронічний брак оборотних коштів на підприємствах, що погіршує їх фінансовий стан та платоспроможність. Найчастіше це має місце при недоотриманні прибутку, а при збитковій діяльності – зменшення власних оборотних коштів підприємства.

На основі вищепереліченого можна сформулювати наступні висновки: по-перше, до теперішнього часу в фінансовій науці не існує загальноприйнятого визначення сутності оборотного капіталу, тому аналізуючи дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, я дійшла висновку, що оборотний капітал – це грошові кошти, вкладені в оборотні засоби і засоби обігу для того, щоб забезпечити процес виробництва й реалізації продукції і за сприятливих умов отримати прибуток.

по-друге, теоретичне дослідження економічної сутності і значення оборотного капіталу дало змогу встановити, що йому притаманні такі функції як розрахункова та відтворювальна.

по-третє, фінансовий стан підприємства безпосередньо залежать від того, наскільки ефективно використовуються його оборотні кошти. Це пояснюється тим, що зі швидкістю обороту коштів пов'язані: мінімально необхідна величина авансованого капіталу, потреба в додаткових джерелах фінансування, сума фінансування, сума витрат, пов'язаних з володінням товарно-матеріальними цінностями та їх зберіганням, а також величина сплачуваних податків.

### **Список використаних джерел**

1. Кустріч Л. О. Підвищення рівня управління оборотним капіталом / Л. О. Кустріч // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 3. – С. 103–106.

### **БАЗОВІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Л. С. Абдуллаєва**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51 (Х-н)

**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Оптимізація структури капіталу є однією зі складних проблем у фінансовому менеджменті. Під оптимальною структурою

капіталу розуміють таке співвідношення між власним і позичковим капіталом, яке забезпечить оптимальне поєднання ризику і дохідності. Процес оптимізації структури капіталу проводиться в такій послідовності:

1. Аналіз складу капіталу в динаміці (визначити показники ефективного використання складових капіталу – коефіцієнт фінансової незалежності; заборгованості, співвідношення між довго- і короткостроковими зобов'язаннями; оборотність і рентабельність активів і власного капіталу).

2. Оцінка основних факторів, які визначають структуру капіталу (галузеві особливості; кон'юнктура товарного і фінансового ринків; рівень прибутковості поточної діяльності підприємства; рівень податків, які сплачує підприємство; ступінь концентрації акціонерного капіталу).

3. Оптимізація структури капіталу за критерієм дохідності власного капіталу.

Ураховуючи ці етапи, підприємство визначає на плановий прогностичний період найбільш прийнятну для себе структуру капіталу.

Структуру капіталу можна визначити за допомогою двох коефіцієнтів у формулах (1) та (2):

$$K_1 = \frac{\text{Зобов'язання}}{\text{Загальний капітал}}; \quad (1)$$

$$K_2 = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Загальний капітал}}. \quad (2)$$

При цьому підприємство повинно підтримувати певний баланс між заборгованістю та власним капіталом (3):

$$K_1 + K_2 = 1. \quad (3)$$

Структура капіталу пов'язана з особливостями кожної з його складових частин, тобто власного і позичкового.

Власний капітал підприємства характеризується такими основними особливостями: простотою залучення, тому що рішення, пов'язані зі збільшенням власного капіталу (особливо за рахунок внутрішніх джерел його формування), приймаються власниками і менеджерами підприємства без необхідності одержання згоди інших суб'єктів господарювання; під час його вико-

ристання підприємство не несе додаткових витрат (сплата відсотків), що сприяє фінансовій стійкості підприємства, забезпеченню його платоспроможності.

Одночасно власний капітал має певні недоліки: обмеженість обсягу залучення, а отже, і можливостей істотного розширення діяльності підприємства; висока вартість порівняно з альтернативними позичковими джерелами формування капіталу; не використовується можливість збільшення рентабельності власного капіталу за рахунок залучених (позичкових) коштів.

Без залучених коштів неможливо забезпечити перевищення коефіцієнта фінансової рентабельності діяльності підприємства над економічною.

Таким чином, підприємство, що використовує тільки власний капітал, має найвищу фінансову стійкість (його коефіцієнт автономії дорівнює 1, але обмежує темпи свого розвитку і не використовує фінансових можливостей приросту прибутку на вкладений капітал.

Позичковий капітал характеризується такими позитивними особливостями: досить широкими можливостями залучення, особливо за умови високого кредитного рейтингу підприємства; нижчою вартістю завдяки забезпеченню ефекту «податкового щита» (вилучення витрат на його обслуговування з бази оподаткування); здатністю сприяти приросту фінансової рентабельності (коефіцієнта рентабельності власного капіталу).

Водночас використання позичкового капіталу має такі недоліки: використання позичкового капіталу пов'язане з ризиком зниження фінансової стійкості і втрати платоспроможності підприємства. Рівень цих ризиків зростає пропорційно зростанню питомої ваги використання позичкового капіталу; висока залежність вартості позичкового капіталу від коливань кон'юнктури фінансового ринку.

Отже, підприємство, що використовує позичковий капітал, має вищий фінансовий потенціал для свого економічного розвитку (за рахунок формування додаткового обсягу активів) і можливості приросту рентабельності власного капіталу. Водночас більшою мірою генерує фінансовий ризик і загрозу банкрутства (що зростає в міру збільшення питомої ваги позичкових коштів у загальній сумі капіталу).

### **Список використаних джерел**

1. Гайдис Н. М. Підвищення ефективності використання капіталу підприємства / Н. М. Гайдис, В. В. Сокур // Вісник Університету банківської справи. – 2015. – № 2. – С. 114–118.
2. Щепіна Т. Г. Особливості ефективного формування і використання капіталу підприємства / Т. Г. Щепіна, У. В. Люлько // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2015. – Вип. 40. – С. 91–95.

## **САНАЦІЙНИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

***І. В. Байдецька, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51 (Х-н)***

***Т. П. Гудзь, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник***

***Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Нестабільність, ускладнення і непередбачуваність економіки, вплив глобальних факторів зумовлюють необхідність перегляду й розвитку основних положень управління підприємствами. Превентивний менеджмент на вітчизняних підприємствах часто ігнорується, а антикризові заходи вживаються на стадії активного розвитку кризових явищ, коли запобігти банкрутству вже неможливо.

Антикризове фінансове управління не може обмежуватися звичайним стандартним інструментарієм. Потрібні спеціальні фінансові інструменти, які дозволяють запобігти майбутнім фінансовим втратам підприємства в умовах невизначеності і ризику.

Пріоритетною метою в антикризовій фінансовій діяльності підприємства є застосування попереджувально-профілактичних заходів. Враховуючи те, що виникнення кризи на підприємстві несе загрозу його існуванню, можливість настання кризових явищ повинна діагностуватися на ранніх стадіях. Таким чином, виникає необхідність в інструменті управління, який би дозволив виявляти ранні сигнали, проводити ретельний аналіз можливостей і ризиків виходу з кризи [2].

Визначенню економічного змісту контролінгу, функцій та методичного інструментарію присвячено багато праць зарубіжних і вітчизняних авторів. Одними з перших українських науковців, котрі дослідили сучасну концепцію управління бізнесом

підприємства з акцентом на проблемах оперативного контролінгу, стали Л. А. Сухарева, С. Н. Петренко, О. О. Терещенко, Н. Д. Бабяк, С. В. Івахненко, М. С. Пушкар та інші.

У цьому контексті заслуговують на увагу праці О. О. Терещенка, зокрема «Управління фінансовою санацією підприємств», де автор визначає особливості антикризового фінансового контролінгу «пріоритетність інформаційного та організаційного забезпечення ризик-менеджменту... і функціональну підтримку прийняття фінансових рішень у рамках процедури фінансової санації» [3]. Відстоюючи превентивний аспект контролінгу, вважаємо за доцільне впроваджувати окремі визначені в праці О. О. Терещенка елементи антикризового фінансового контролінгу із моменту заснування підприємства з можливим створенням у майбутньому окремої служби контролінгу. Оскільки будь-який контролінг, на нашу думку, повинен розробляти інформацію щодо впровадження превентивних заходів, а всіляке управління – бути антикризовим, то контролінг за своєю сутністю апіорі є антикризовим. При цьому зазначене вченим стосовно контролінгу «в ситуації фінансової кризи» вважаємо за доцільне віднести саме до санаційного контролінгу, оскільки визначення його змісту як синтезу інформаційної, планової, консалтингової, координаційної й контрольної функцій, «завданням якого є ідентифікація оперативних результатів, аналіз відхилень та підготовка проектів рішень щодо використання виявлених резервів та подолання додаткових перешкод», розкриває зміст контролінгу загалом.

На думку І. Н. Карпунь, необхідність санаційного контролінгу зумовлена тим, що контролінг через свій функціональний інструментарій забезпечує планування санаційних заходів, їх впровадження та контроль виконання планів [1, с. 141]. Автор вважає, що потреба в застосуванні санаційного контролінгу, котрий є особливим різновидом системи контролінгу, виникає, коли підприємство потрапляє у скрутну фінансово-економічну ситуацію. Слід погодитися, що «сукупність елементів санаційного контролінгу призначена для вирішення проблеми незадовільного функціонування підприємства, подолання негативних внутрішніх явищ та загального оздоровлення його фінансово-господарської діяльності» [1, с. 144].

Отже, саме контролінг як інноваційна концепція антикризового, зокрема превентивного, фінансового управління є най-

важливішим фактором раннього попередження банкрутства підприємств і має формувати інформаційні ресурси, що дають змогу своєчасно провести діагностику виробничо-господарського і фінансового стану, порівняти отримані техніко-економічні показники з прогнозованими, виявити тенденції і перспективи розвитку відповідно до стратегічної мети та запобігти негативному впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на результати діяльності.

### Список використаних джерел

1. Карпунь І. Н. Санація підприємств : підручник / І. Н. Карпунь. – Львів : Магнолія 2006, 2008. – 448 с.
2. Островська О. А. Інноваційний ресурс контролінгу в антикризовому управлінні фінансами підприємств / О. А. Островська // Фінанси України. – 2014. – № 3. – С. 100–113.
3. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник / О. О. Терещенко. – 2-ге вид., без змін. – Київ : КНЕУ, 2009. – 550 с.

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЖИТЛОВОГО ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

**А. В. Данюк**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51 (Ж)

**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Аналіз структури кредитів, що надаються домогосподарствам показує, що значна частка кредитів використовується населенням для вирішення житлової проблеми через отримання та використання іпотечних кредитів [1]. Розвиток іпотечного кредитування, або кредитування під заставу нерухомості, у даний час є одним з найбільш актуальних завдань для України, насамперед тому, що саме іпотека може стати ефективним інструментом вирішення житлової проблеми в країні.

Іпотечне кредитування представляє собою складну систему відносин, що дозволяє узгоджувати інтереси населення в покращенні житлових умов, комерційних банків – в ефективному та прибутковому напрямі діяльності, будівельного комплексу та пов'язаних з ним виробничим процесом галузей – у ритмічному

завантаженні виробництва та збереженні робочих місць, держави, зацікавленої в загальному економічному зростанні.

Іпотечний житловий кредит має чітке цільове призначення і найчастіше використовують для фінансування придбання, побудови і перепланування житлових приміщень. Суб'єктами іпотечного кредиту виступають кредитори з іпотеки (іпотечні банки або спеціалізовані іпотечні компанії, універсальні комерційні банки) та позичальники (фізичні особи, які мають у власності об'єкти іпотеки). Об'єктами іпотечного житлового кредиту є житлові будинки, квартири. Розмір іпотечного кредиту визначається у вигляді частини вартості об'єкта іпотеки, таким чином є можливість отримувати під заставу одного й того самого нерухомого майна додаткові іпотечні позики, тоді як заставне майно залишається у позичальника, який продовжує його експлуатувати, тобто зберігає своє право власника [1].

На основі проведеного аналізу систем іпотечного кредитування в різних країнах світу, Марачевська А. В. виділяє дві основні системи іпотечного кредитування: однорівневу та дворівневу систему іпотечного кредитування [2].

Особливостями однорівневої системи є те, що іпотечний кредит в усіх випадках є власністю кредитора, сам іпотечний кредит формується за рахунок кредитів інших суб'єктів господарювання або за рахунок тимчасово вільних мобілізованих грошових ресурсів. Така система кредитування є достатньо простою та здобула свого розвитку в країнах Азії, Африки, Латинської Америки та в деяких країнах Європи.

Дворівнева система кредитування є більш складнішою та розвиненою в США та Канаді. Для дворівневої системи характерне специфічне залучення коштів для надання кредиту, а саме – крім джерел формування ресурсів, які притаманні однорівневій системі, мобілізуються і кошти з різних діючих на даний момент фінансових ринків.

В Україні діє однорівнева система житлового іпотечного кредитування. На жаль у нас не розвинута дворівнева система, що не дає змогу розвиватися цій сфері, оскільки немає певних гарантій з боку держави, як це є в США зі сторони агентств Freddie Mac і Fannie Mae, у випадку дефолтного кредиту компенсувати фінансовій установі вартість наданого позичальнику кредиту [2].

Слід окремо зазначити, що за 2008–2016 рр. розмір виданих іпотечних кредитів до одного року зріс майже у 2,4 рази. Тоді як

кількість виданих кредитів від 1 до 5 років знизилась на 62,8 %, а понад 5 років – на 12,3 %. Тобто, ринок довгострокових кредитних ресурсів в Україні практично не користується попитом. Така ситуація пояснюється ще й тим що в сучасних умовах різко впала довіра у населення, як основного інвестора до банківської системи України, і останні не готові розміщувати гроші на банківських депозитах. А саме депозити і є основним джерелом фінансування іпотечного кредиту [1].

Для того, щоб система іпотечного кредитування розвивалася в Україні необхідно кардинально реформувати існуючу систему, і не лише на рівні законодавства, необхідно створити спеціалізований орган чи розширити функції вже існуючої Державної іпотечної установи, що дозволить їй надавати певні гарантії банківським установам у вигляді іпотечних цінних паперів[2].

Іпотека має стати одним із визначальних факторів підвищення якості життя громадян, що розширить їх право та можливості підприємницького самовизначення, дозволить вирішувати житлову проблему у державі, зменшить соціальну напруженість у суспільстві.

### **Список використаних джерел**

1. Браїлко А. Р. Розвиток іпотечного кредитування в Україні: стан та перспективи розвитку / А. Р. Браїлко // Молодий вчений. – 2016. – № 12. – С. 678–681 .
2. Марачевська А. В. Аналіз основних систем іпотечного кредитування / А. В. Марачевська // Економічний форум. – 2015. – № 1. – С. 212–218.

## **ЗАОЩАДЖЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РЕСУРС ЕКОНОМІКИ**

***І. Ю. Жолтоноженко, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51***

***Т. П. Гудзь, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

Заощадження населення відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку країни. Сукупний ефект заощаджень визначає темпи економічного зростання, обсяги випуску про-



дукції та послуг, рівень науково-технічного прогресу, економічну могутність країни та добробут її населення.

Фінансові ресурси, перетворені в інвестиції, є передумовою сталого розвитку й економічного зростання в країні, оскільки стабільне зростання економіки неможливе без залучення значних обсягів інвестиційних ресурсів, одним з джерел яких є грошові заощадження домогосподарств.

Економічне значення заощаджень полягає у тому, що з їх формуванням урізноманітнюються потреби людей, що посилює мотивацію до праці та сприяє зростанню її продуктивності. Політичне значення особистих заощаджень пов'язане із можливістю формування потужного середнього класу як гаранта соціально-економічної та політичної стабільності суспільства. Заощадження сприяють підвищенню життєвого рівня та соціальної захищеності населення, посиленню його фінансової незалежності.

Сучасна фінансова система має в розпорядженні велику кількість напрямів інвестування вільних грошових коштів, а саме:

- внесення коштів на депозит у банку;
- придбання цінних паперів (акцій, корпоративних облігацій, облігацій внутрішньої державної позики тощо);
- внесення коштів до статутного капіталу підприємств;
- участь у кредитній спілці;
- внесення коштів до інститутів спільного інвестування тощо.

Крім того, вільні грошові кошти можуть використовуватись для купівлі валюти з метою хеджування ризиків від девальвації національної грошової одиниці; купівлі цінних металів; купівлі антикваріату, картин, дорогоцінного каміння; участі у фондах фінансування будівництва та фондах операцій з нерухомістю; купівлі нерухомості тощо.

Варто зазначити, що для трансформації заощаджень домашніх господарств в інвестиції в реальний сектор економіки повинні бути створені певні умови, за яких інвестори та позичальники могли б оптимально досягти поставлених цілей в довгостроковому періоді.

По-перше, це наявність попиту на інвестиції з боку суб'єктів господарювання. По-друге, це розвинутий фінансовий ринок.

По-третє, довіра населення до фінансових інститутів, фінансового ринку і до держави загалом [2, с. 74].

Заощадження населення вважають інвестиційними ресурсами, коли домогосподарство ухвалює рішення вкласти свої заощадження в об'єкти підприємницької діяльності або інші види діяльності з метою збільшення їх вартості.

На жаль, вітчизняні домогосподарства ще не стали активними заощадниками, а більшість із них не планують цього робити і в майбутньому. За даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України рівня своїх доходів у 2016 р., лише 10 % робили заощадження, а 25 % – при значному збільшенні доходів, спрямували б додаткові кошти, в першу чергу, на накопичення [1].

Основними причинами, які заважають перетворенню заощаджень у інвестиційний ресурс в Україні є: нестабільність економічної ситуації; недовіра до держави та національної валюти; існування тіньової економіки; недостатня обізнаність населення щодо можливостей інвестування коштів; недостатній рівень фінансової грамотності населення; перепони у здійсненні підприємницької діяльності; недостатній розвиток фондового ринку в Україні; недовіра до фінансових інститутів; особливості дивідендної політики українських підприємств; низький рівень купівельної спроможності населення; недостатній рівень розвитку страхового ринку та недержавних пенсійних фондів [2, с. 76].

Отже, заощадження домогосподарств є однією з важливих ланок в формуванні інвестиційного ресурсу національної економіки. За нинішніх умов саме вони можуть стати важливим інструментом для підвищення економічного розвитку. Проте для ефективного залучення вільних коштів населення в інвестиційний процес необхідно виробити принципи державної політики, заснованої на довгостроковій взаємодії основних його учасників: домогосподарств, виробників і держави та відновити рівень довіри власного народу до фінансово-кредитних інститутів, політики уряду.

### **Список використаних джерел**

1. Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів (за даними вибіркового опитування домогосподарств у січні 2016 р.) : стат. зб. – Київ, 2016. – 351 с.

2. Носова Є. Заощадження домогосподарств як джерело інвестиційних ресурсів в Україні / Є. Носова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015. – Вип. 2. – С. 73–80.

## **РОЛЬ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ У ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ**

**В. О. Яковлєва**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм ПВ-51

**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах розвитку економіки домогосподарство як економічна одиниця господарювання є важливим суб'єктом фінансових відносин, взаємодіючи з державою, підприємствами і організаціями, а також інститутами фінансового ринку.

Фінанси домогосподарств є невід'ємною складовою фінансової системи країни. З одного боку, домогосподарства постачають фінансові ресурси на фінансовий ринок. Таке постачання реалізується, перш за все, через розміщення накопичених особистих коштів в ті чи інші фінансові інструменти (депозити, цінні папери тощо). З іншого боку, домогосподарства є основним споживачем фінансових ресурсів: при дефіциті власних коштів для здійснення своїх економічних проєктів, вони вступають у фінансові відносини з посередниками фінансової системи (банками, кредитними спілками тощо).

Виступаючи складовою фінансової системи, фінанси домогосподарств через непереривні входні та вихідні грошові потоки тісно пов'язана з іншими сферами фінансової системи:

- зі сферою державних фінансів через сплату податків, зборів, різних платежів, а натомість – отримання різних видів трансфертів, заробітної плати для державних службовців і працівників державних підприємств та установ;
- зі сферою недержавних підприємств та організацій – через отримання заробітної плати й сплату вартості товарів та послуг;
- зі сферою страхування – через сплату страхових платежів та отримання страхового відшкодування;

– зі сферою фінансового ринку через отримання кредитів та сплату відсотків за їх користування, розміщення депозитів та інвестування грошових коштів у цінні папери і т. ін.

Фінанси домогосподарств об'єктивно є самостійною сферою фінансових відносин, а тому їй необхідно обов'язково відокремлювати при структуризації фінансової системи держави. Специфіка фінансових відносин, яка притаманна фінансам домогосподарств визначає доцільність їх відокремлення у складі фінансової системи держави [1, с. 175].

Фінанси домогосподарств характеризуються наступними специфічними ознаками [1, с. 176]:

1) складні внутрішні зв'язки між членами домогосподарства, що впливають на фінансову поведінку як окремих членів, так і в цілому всього домогосподарства, які обумовлені неформальним характером фінансових, соціальних, психологічних та інших відносин між членами домогосподарства, що впливає на прийняття фінансових рішень, їх доцільність, спрямованість, ефективність;

2) мають соціально-фінансовий напрям, що спрямований на загальне зростання добробуту домогосподарства, його членів, при забезпеченні власних інтересів, мінімізації ризиків, підвищенні власної фінансової безпеки;

3) можливість домінування фінансових інтересів окремих членів домогосподарства;

4) формування заощаджень, створення резервів здійснюється внаслідок бажання забезпечити фінансову стабільність та надійність домогосподарства в умовах невизначеності та нестабільності зовнішнього середовища та внутрішніх неоднозначних ситуацій.

Стан фінансів домогосподарств, їх роль у системі економічних відносин постійно змінюється, адже їх розвиток залежить від рівня розвитку продуктивних сил й виробничих відносин. Розвиваючись разом з останніми, вони активно впливають на розвиток економічної системи.

В Україні налічується близько 17,5 млн домогосподарств, з яких більше 12 млн проживає у містах, 5,5 млн – у сільській місцевості. Частка домогосподарств у кінцевому використанні валового внутрішнього продукту становить близько 55 % і тому вони відіграють важливу роль в національній економіці [2, с. 11]. Фінансові потоки, які є формою руху фінансових

ресурсів домогосподарств, забезпечують розподіл національного доходу, створюють всі передумови фінансування як простого, так і розширеного відтворення в будь-якій економічній системі.

### Список використаних джерел

1. Рудницька О. В. Економічна природа та роль фінансів домогосподарств у фінансовій системі країни / О. В. Рудницька // Економічний вісник університету. – 2013. – Вип. 20 (1). – С. 173–178.
2. Тарасюк М. В. Роль та особливості функціонування фінансів домогосподарств у ринковій економіці / М. В. Тарасюк // Інноваційна економіка. – 2013. – № 9. – С. 11–16.

### ВПЛИВ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ НА ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ДОМОГОСПОДАРСТВ

**А. В. Давидович**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКм-51

**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Домогосподарства є важливою складовою національної економіки, оскільки з одного боку, вони постачають фінансові ресурси на фінансовий ринок (наприклад, через розміщення накопичених особистих коштів в різні фінансові інструменти (депозити, цінні папери та ін.). З іншого боку, вони являються основним споживачем фінансових ресурсів: при дефіциті власних коштів вступають у фінансові відносини з банками, кредитними спілками тощо.

Згідно із публічними даними НБУ про цільове призначення кредитів домашніх господарств, можна виділити такі їх три групи: 1) споживчі кредити, у т. ч. на придбання транспортних засобів; 2) на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості; 3) інші кредити [1].

Споживче кредитування досить активно розвивається в нашій країні. Так, 30–50 % усіх купівель у торгівельних мережах здійснюють у кредит, лідирує серед них побутова та аудіо- і відеотехніка. Близько 80 % усього ринку споживчого кредитування сконцентровано в великих торгівельних мережах «Фоксрот», «Ельдорадо» та ін.

Якщо порівнювати 2016 рік з попередніми 2013–2015 роками, то спостерігається тенденція до поступового зменшення наданих кредитів домогосподарствам (табл. 1). Одним з чинників, що спровокував таке зниження може бути втрата довіри до банківської системи в цілому через яскраво виражене явище «банкопаду». З показників видно, що кредитування домашніх господарств відбувалося здебільшого у гривні, що послабило валютний ризик і покращило структуру кредитних портфелів банків.

**Таблиця 1 – Надані кредити домогосподарствам за цільовим спрямуванням, млрд грн [1]**

Показники на кінець періоду	Роки			
	2013	2014	2015	2016
Усього кредитів	186,65	211,21	179,52	164,98
З них споживчі кредити	124,31	135,09	104,88	99,97
в т. ч.: у гривні	85,38	95,76	66,66	64,83
у доларах США	37,75	37,36	36,27	36,22
у євро	1,18	1,17	1,14	1,12

З приводу того, який вплив має споживче кредитування на доходи домогосподарств зазначимо наступне.

По-перше, споживчий кредит має велике соціальне значення, адже сприяє більш швидкому зростанню життєвого рівня населення. По-друге, значно стимулює ефективність праці. Кожен, хто взяв у кредит, намагається протриматися на своєму робочому місці як можна довше, щоб мати можливість виплатити кредит і зарекомендувати себе перед кредиторами як чесна і сумлінна особа для подальших зв'язків. По-третє, сприяє тому, що члени домогосподарств починають акумулювати кошти, формуючи заощадження для подальшого повернення кредиту. По-четверте, пришвидшує обіг коштів, покращує розвиток роздрібною торгівлі. Він забезпечує прискорене отримання певних благ (товарів, послуг, робіт), які домогосподарство могло б мати (придбати) лише після накопичення необхідних для цього коштів. Тому споживче кредитування носить соціальний характер, оскільки такі позики сприяють підвищенню якості життя людей (передусім їх незаможних верств), утвердженню принципів соціальної справедливості [2, с. 50].

Але є й негативна сторона, це те, що надмірна заборгованість за споживчими кредитами населення дестабілізує фінансову систему, а також сприяє відтоку капіталу з країни внаслідок купівлі споживачами імпортованих товарів, провокує знецінення доходів членів домогосподарств та впливає на зменшення заощаджень, чим в подальшому призводить до не благополучності значного шару суспільства.

Широкий спектр проблем у сфері споживчого кредитування потребує подальших наукових досліджень, які стосуються, зокрема, удосконалення понятійного апарату, оцінювання впливу чинників на фінансові ресурси домогосподарств, обґрунтування механізму зниження кредитних ризиків населення та ряд інших питань, які вимагають вирішення в майбутній перспективі.

### **Список використаних джерел**

1. Грошово-кредитна та фінансова статистика: фінансові ринки: [Електронний ресурс]: станом на 01 листопада 2017 р. / Статистика: [веб-сайт Національного банку України]. – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=27843415&cat\\_id=44578#2](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#2). – Назва з екрана. – Дата перегляду: 02.02.2018 р.
2. Салига С. Я. Кредитні інструменти управління фінансовими ресурсами домогосподарств в Україні / С. Я. Салига, В. О. Гнеушева // Вісник [Київського інституту бізнесу та технологій]. – 2013. – Вип. 1. – С. 48–52.

### **СУТНІСТЬ ТА ОЗНАКИ ІНСТИТУЦІЙНИХ ІНВЕСТИТОРІВ**

**О. А. Єрохіна**, студентка спеціальності 072м1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКМ-51

**Т. П. Гудзь**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Перед економікою сучасної України гостро стоїть проблема збільшення обсягів інвестиційних ресурсів. Істотний внесок у вирішення цієї проблеми здатні зробити інституційні інвестори, функціональним призначенням яких є залучення через цінні папери та інші фондові цінності тимчасово вільних грошових

коштів інвесторів індивідуальних, безпосередніх (окремих підприємств і населення) та їхній перерозподіл у формі інвестицій на розвиток економіки.

В Україні визначення інституційних інвесторів регулюється нормами Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» [1]. Під інституційними інвесторами, згідно із законодавчими нормами, розуміється наступне: «Інституційні інвестори – інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди), інвестиційні фонди, взаємні фонди інвестиційних компаній, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, інші фінансові установи, які здійснюють операції з фінансовими активами в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, також за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів» [1].

Безперечно, щоб учасник фінансового ринку міг вважатися інституційним інвестором, він повинен мати безпосереднє відношення до інвестиційного процесу, тобто основним видом його діяльності повинна бути інвестиційна діяльність, і мати такі характерні ознаки:

- формування інвестиційних ресурсів;
- розміщення інвестиційних ресурсів.

С. В. Черкасова виділяє наступні сутнісні ознаки інституційних інвесторів [2, с. 36–37].

1. Здійснення спільного інвестування в інтересах об'єднаної групи індивідуальних інвесторів (фізичних та/або юридичних осіб) на основі залучення та об'єднання їх коштів та інших видів активів в єдиний пул.

Інституційні інвестори ініціюють процес залучення та акумуляції в єдиний пул коштів індивідуальних інвесторів, формуючи таким чином спільний капітал для подальшого інвестування, а саме, випуск цінних паперів, залучення коштів на депозитні рахунки, укладення договорів надання фінансових послуг з довгостроковим накопиченням коштів, передача фінансовим установам активів в управління тощо.

2. Формування портфеля активів інституційного інвестора та здійснення професійного управління ним.



Сформований портфель активів інституційного інвестора являє собою його спільні (сукупні) активи. Управління портфелем інституційного інвестора здійснюється на професійній основі самим інституційним інвестором, фінансовою установою, що його створила, або передається в управління професійному учаснику фінансового ринку на підставі договору – компанії з управління активами.

3. Прямий або опосередкований розподіл отриманого інвестиційного доходу між учасниками або одержувачами фінансових послуг інституційного інвестора пропорційно до їх частки в портфелі інвестицій.

4. Існування інституційного інвестора у формі юридичної особи або у формі фонду активів, створеного фінансовою установою.

У формі фінансових установ функціонують корпоративні інвестиційні фонди, НПФ, страхові організації.

5. Послання процесу інституційного інвестування з наданням фінансових послуг своїм учасникам або клієнтам.

Основними видами фінансових послуг, що надаються інституційними інвесторами, є спільне інвестування для учасників інвестиційних фондів, недержавне пенсійне забезпечення, страхування життя, послуги з управління нерухомістю та ін.

Отже, інституційний інвестор – це спеціалізований фінансовий посередник, що є юридичною особою, яка акумулює заощадження (кошти) індивідуальних та корпоративних інвесторів для подальшого їх інвестування на професійній основі в інтересах дрібних інвесторів з метою отримання доходу (прибутку) та збереження вартості колективних фінансових активів.

### **Список використаних джерел**

1. Про цінні папери та фондовий ринок [Електронний ресурс] : Закон України від 23.02.2006 р. № 3480-IV : станом на 06 січ. 2017 р. / Законодавство України: [веб-сайт Верховної Ради України]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 10.03.2018р.
2. Черкасова С. В. Наукові підходи до визначення сутнісних ознак інституційного інвестора / С. В. Черкасова // Наука й економіка. – 2014. – Вип. 2. – С. 33–38.

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ**

*І. В. Короленко, студент спеціальності 072М1 «Фінанси, банківська справа та страхування», ФКМ-51*

*Т. П. Гудзь, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Етимологічно термін «потенціал» походить від латинського «*potentia*», що означає «сила», «потужність», «приховані можливості». Відтак, фінансовий потенціал домогосподарства можна трактувати як сукупність фінансових можливостей домашнього господарства, які максимально дохідно можуть бути реалізовані в процесі забезпечення матеріальних та духовних потреб його членів [1, с. 15].

На нашу думку, надзвичайно важлива роль у формуванні фінансового потенціалу домашнього господарства (звичайно, крім доходів, фінансових і нефінансових активів) належить людському капіталу як сукупності знань, навичок, умінь, особистих здібностей конкретної людини до тієї чи іншої діяльності (результатом такої діяльності, як правило, є отримання доходу). Тож збільшення людського капіталу окремої особи відображається передусім на її доходах – основі фінансів домогосподарств.

І хоча, з одного боку, фінанси домогосподарств формуються під впливом людського капіталу, з іншого боку, вони справляють активний вплив на формування людського капіталу, сприяючи так зростанню майбутнього доходу членів домашнього господарства.

Проте, на думку Вдовиченко А. М., на рівень доходів індивіда впливає не весь людський капітал як сукупність здібностей і знань, а лише певна його частина, здатна реалізовуватися в ринкових умовах або впливати на інтенсивність ринкового обміну [1, с. 125]. Саме цю складову людського капіталу можна визначати як складову фінансового потенціалу індивіда – його здатності впливати на створювану в економіці додану вартість і отримувати певну її частину у власність. Перерозподіл цієї частини доданої вартості і є процесом формування фінансів домашніх господарств.

Фінансовий капітал окремого індивіда математично можна подати у такому вигляді:

$$P_i = f(w, g, d, h, m, e), \quad (1)$$

де  $P_i$  – фінансовий потенціал індивіда;

$w$  – величина сукупного багатства індивіда;

$g$  – рівень освіти індивіда;

$d$  – рівень професійної підготовки індивіда;

$h$  – зусилля індивіда, спрямовані на реалізацію власного людського капіталу;

$m$  – стан макроекономічної кон'юнктури;

$e$  – випадковий фактор.

Тобто фінансовий потенціал домогосподарства визначається не лише величиною фінансових і нефінансових активів, освітою і професійною підготовкою його членів, а й значною мірою власними зусиллями окремих індивідів. Окрім того, на фінансовий потенціал домашніх господарств певний вплив справляють і зовнішні фактори (знецінення національної грошової одиниці, зростання рівня безробіття та ін.), що особливо яскраво виявляється у періоди економічних криз.

Становище нашої держави у світовому рейтингу країн за індексом людського розвитку (який враховує тривалість життя, стан освіти та життєвий рівень населення) значно погіршилося, й Україна потрапила до групи країн із середнім рівнем людського розвитку [2, с. 134].

В Україні за два останні десятиліття значно погіршилася якість відтворення і розвитку «людської» складової національного багатства та економічного потенціалу країни. Катастрофічно знижується рівень здоров'я населення, посилюються процеси, що негативно впливають на інтелектуальний потенціал нації, стан освіти і науки в державі. Постійне недофінансування цих стратегічно важливих галузей призвело до падіння престижу інтелектуальної праці у країні, втрати роками набутих здібностей до інновацій.

Важливо також зазначити, що розвиток фінансів домогосподарств тісно пов'язаний із проблемою становлення в Україні середнього класу, адже саме він є запорукою фінансової стабільності, основним платником податків і зборів до бюджету та соціальних фондів, і саме від рівня його добробуту залежить

розвиток сучасного суспільства. З вирішенням цього надзвичайно важливого питання ми пов'язуємо успішність подальших реформ, перспективи науково-технічного прогресу, інноваційного розвитку економіки та соціально-політичної стабільності українського суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Вдовиченко А. М. Фінансовий потенціал населення: нові можливості інноваційного розвитку економіки України : монографія / А. М. Вдовиченко. – Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2012. – 225 с.
2. Сотнікова Н. П. Тенденції людського розвитку в період становлення в Україні соціально орієнтованої економіки / Н. П. Сотнікова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 8 (35). – С. 133–137.

### **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**Л. В. Кабанчук**, *магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»*

**Н. В. Михайлова**, *к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Головною метою існування суб'єкта підприємництва є прибуток. Прибуток має важливе значення, оскільки він забезпечує наповнення дохідної частини бюджету держави, сприяє інвестиційній привабливості та діловій активності, а також забезпечує стабільний фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємства.

Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, він є різницею між сукупними доходами і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності» [1].

Прибуток – головна мета підприємницької діяльності, основний узагальнювальний показник фінансових результатів господарської діяльності підприємств усіх видів, незалежно від їх організаційно-правової форми.

Прибуток виконує низку функцій:

- оціночна (прибуток підприємства використовують як оціночний показник, що характеризує ефект його господарської діяльності);
- розподільна (прибуток використовують як інструмент розподілу чистого доходу суспільства на частину, що акумулюється в бюджетах різних рівнів та залишається в розпорядженні підприємства);
- стимулятивна (прибуток є джерелом формування різних фондів стимулювання (фонд заходження, фонд виробничого та соціального розвитку, фонд виплати дивідендів, пайовий фонд тощо).

Прибуток формується під впливом великої кількості взаємозалежних чинників, що впливають на результати діяльності підприємства по-різному: одні – позитивно, інші – негативно. Серед зовнішніх чинників можна виділити такі: економічні умови господарювання, місткість ринку, платоспроможний попит споживачів, державне регулювання діяльності підприємств та інше.

Внутрішні чинники прямо залежать від організації роботи самого підприємства. Вони можуть впливати на формування прибутку підприємства як безпосередньо, так і опосередковано. До них належать такі чинники як: обсяг продукції, що випускається; собівартість виробництва; ціна продукції, що реалізується; асортимент продукції, що випускається тощо [3].

Значна роль прибутку в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників визначають необхідність ефективного і безперервного управління ним. Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [2].

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості.

Основними задачами управління формуванням прибутку підприємства є: забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта

господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується, та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості.

До основних задач управління розподілом прибутку підприємства можна віднести: забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства; забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до задач розвитку підприємства в майбутньому періоді; забезпечення ефективності програм участі персоналу в прибутках підприємства [3].

Таким чином, прибуток – головна мета діяльності підприємства, основний механізм захисту підприємства від банкрутства, основа розвитку держави та джерело задоволення соціальних потреб суспільства.

### **Список використаних джерел**

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – Київ : Ника-Центр, Эльга, 2004. – 528 с.
2. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкового формування господарювання : монографія / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. – Донецьк : Вид-во ДНУЕТ, 2009. – 255 с.
3. Зінченко О. А. Показники і критерії якості прибутку підприємства на етапі його використання / О. А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 106–111.

### **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКИ**

**С. І. Тищенко**, студент спеціальності 072м1«Фінанси, банківська справа та страхування»

**Н. В. Михайлова**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник,  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В динамічних ринкових умовах та нестачі часу гостро постає проблема швидкого фінансового аналізу, тому зростає популярність експрес-діагностики, яка дозволяє за допомогою показ-

ників фінансової звітності побачити перші ознаки погіршення фінансового стану, можливого банкрутства.

Експрес-діагностика фінансового стану підприємства являє собою процес оперативного оцінювання й ідентифікації стану досліджуваного об'єкта на базі обмеженого інформаційного забезпечення з метою формування попереднього уявлення про його стан і параметри для прийняття реактивних управлінських рішень [2].

Під експрес-діагностикою розуміють систему взаємопов'язаних показників, які характеризують ефективність фінансової діяльності підприємства з точки зору відповідності її тактичним цілям господарювання. Вона дає можливість звузити масштаби пошуку проблем і їх рішення і передбачає незначні затрати часу, можливість проведення додаткових аналітичних досліджень [4].

Основною метою здійснення експрес-діагностики діяльності підприємства є оперативне виявлення стану об'єкта діагностики на основі реалізації певного переліку аналітико-дослідницьких процедур за наявності обмеженого діапазону даних [1].

Об'єктом експрес-діагностики є ретроспективна і перспективна фінансова інформація, основним джерелом якої виступає фінансова звітність та дані управлінського обліку, інформація про фінансовий стан підприємства за результатами фінансового аналізу, а також комплекс внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на фінансово-економічну діяльність підприємства і ризиків його функціонування [3].

Щодо суті та призначення експрес-діагностики діяльності підприємства, не можна не згадати про притаманні для неї функції, котрі й відображають її основний зміст: інформаційно-пізнавальна, дослідницька, ідентифікаційна, регулювальна, антикризова, консультативно-рекомендаційна.

До основних завдань експрес-діагностики діяльності підприємства належать:

- оперативне формування найбільш доступної інформативної бази даних щодо діяльності досліджуваного об'єкта;
- визначення попереднього уявлення про стан об'єкта діагностики;
- виокремлення основних проблем, «вузьких місць» загроз чи, навпаки, перспектив та шансів;

– пошук альтернативних шляхів подолання проблемних явищ (реалізації шансів) та встановлення причинно-наслідкових зв'язків (причин виникнення проблем чи можливостей та наслідків їх усунення чи використання);

– агрегування (узагальнення) результатів діагностики для прийняття ефективних управлінських рішень [2].

Проведення експрес-діагностики підприємства не представляє особливих складнощів при наявності всіх необхідних вихідних даних. Однак, оскільки на більшості українських підприємствах система управлінського обліку відсутня, дані для експрес-діагностики беруться з бухгалтерської звітності. Цей спосіб не оптимальний з погляду як витрат часу й праці, так й одержуваних результатів, але, на жаль, для багатьох керівників це єдина реальна можливість оцінити поточне становище підприємств, а також представити тенденції їхнього розвитку.

Отже, експрес-діагностика фінансового стану полягає в отриманні невеликої кількості ключових, найбільш інформативних показників, які дають точну і об'єктивну картину поточних аспектів діяльності підприємства. Якісно проведена експрес-діагностика створює необхідне аналітичне підґрунтя для формування антикризової програми підприємства, визначення типу стратегії конкурентної боротьби, переліку раціональних антикризових заходів, а отже є складовою частиною механізму попередження загрози банкрутства і запорукою успішного розв'язання завдань по локалізації та переборенню кризи.

### **Список використаних джерел**

1. Городня Т. А. Економічна та фінансова діагностика : навч. посіб. / Т. А. Городня, І. П. Мойсеєнко. – Львів : Магнолія, 2008. – 282 с.
2. Гром'як О. Б. Експрес-діагностика діяльності підприємств: сутність та призначення / О. Б. Гром'як, О. Г. Мельник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.2. – С. 159–165.
3. Захарченко В. О. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства / В. О. Захарченко // Фінанси України. – 2005. – № 1. – С. 137–144.
4. Покрытан П. О предмете антикризисного управления / П. Покрытан // Экономист. – 2005. – № 6. – С. 50–54.



## СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**М. О. Зубрицький**, студент спеціальності 072М1«Фінанси, банківська справа та страхування»

**Н. В. Михайлова**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Одним з можливих напрямків покращення фінансового стану підприємства за умови фінансової кризи є запровадження антикризового управління.

Антикризове фінансове управління підприємством – це сукупність специфічних методів та прийомів управління фінансами, які дозволяють забезпечити безперервну діяльність підприємств на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками, профілактики та нейтралізації фінансової кризи [3].

Антикризове фінансове управління підприємством можна розглядати як уміння управлінського персоналу підприємства оперативно адаптувати діяльність суб'єкта господарювання до умов нестабільного середовища функціонування за допомогою використання взаємопов'язаної, структурованої сукупності фінансових методів і заходів управління, реалізація яких дозволить попередити та усунути прояви фінансової кризи, а також подолати її негативні наслідки для підприємства.

Мета антикризового управління – забезпечення соціально-економічній системі стійкого положення та стабільного прогресуючого розвитку під впливом несприятливих чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Важливим елементом антикризового управління є завдання, які дозволяють досягнути поставленої мети:

- здійснення постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- розробка антикризової політики й відповідного методичного інструментарію;
- прогнозування можливості виникнення криз на підприємстві;
- розробка випереджувальних планів щодо методів управління у кризових ситуаціях;

- управління процесом виходу підприємства з кризи та ліквідації завданих збитків;

- відновлення фінансової стійкості підприємства та підвищення рівня платоспроможності підприємства [2].

Антикризове фінансове управління підприємством реалізує свої основні завдання шляхом здійснення певних функцій:

- загальні функції антикризового фінансового управління: формування ефективних інформаційних систем, що забезпечують обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень; здійснення аналізу фінансового стану і результатів фінансової діяльності підприємства; розробка дієвої системи стимулювання реалізації ухвалених управлінських рішень щодо фінансового оздоровлення підприємства; здійснення планування фінансового оздоровлення підприємства; здійснення ефективного контролю за реалізацією управлінських рішень щодо фінансового оздоровлення підприємства;

- специфічні функції антикризового фінансового управління: діагностика кризових симптомів розвитку підприємства; відновлення фінансової стійкості підприємства; усунення неплатоспроможності підприємства; забезпечення фінансової рівноваги у процесі розвитку підприємства; розробка загальної стратегії фінансового оздоровлення підприємства.

Антикризове управління на підприємстві залежить від стадії та глибини кризи. Підприємство може перебувати у стадії легкої, середньої або важкої кризи. Залежно від стадії кризи антикризові заходи поділяються на підвиди: передкризове управління, управління в умовах кризи, управління процесами виходу із кризи [1].

Отже, формування антикризового фінансового управління для підприємств спрямоване на їх виживання і ринкову адаптацію, стає особливо важливим в умовах, коли виникають перетворення, які мають глобальний характер. Антикризове фінансове управління може бути успішним, якщо має превентивний характер. Тільки таке управління в сучасних умовах, що стрімко змінюються, здатне досягти поставленої мети і ефективно вирішувати завдання загальної системи управління підприємства.

### Список використаних джерел

1. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством : підручник / Л. О. Лігоненко. – Київ : КНТЕУ, 2005. – 824 с.
2. Маховка В. М. Методологія формування системи антикризового управління підприємством / В. М. Маховка // Всеукраїнський науково-практичний журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 1 (39). – С. 102–105.
3. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О. О. Терещенко, Г. М. Пухтаєвич. – 2-ге вид., без змін. – Київ : КНЕУ, 2006. – 268 с.

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

**Ю. А. Силакова**, магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

**Н. В. Михайлова**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах посилення впливу фінансової та політичної кризи національної економіки найважливішими чинниками успішного розвитку вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі є наявність фундаментальної мети розвитку і побудова ефективної системи управління їх фінансами, орієнтованої на досягнення цієї мети.

Фінансові ресурси – це частина грошових доходів та надходжень суб'єктів господарювання, які використовуються для формування фондів фінансових ресурсів або в не фондovій формі для забезпечення процесів відтворення [3].

Фінансові ресурси можна трактувати як частину коштів підприємства у фондovій і не фондovій формі, яка формується у результаті розподілу виробленого продукту, залучається до діяльності підприємства з різних джерел і спрямовується на забезпечення розширеного відтворення виробництва [4].

Управлінням фінансовими ресурсами – це система принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням їх ефективного формування, розподілу та використання в процесі господарської діяльності [2]. Від ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства

залежить його спроможність досягти успіху на ринку. Правильно організоване управління є необхідним складником для успішної роботи організації в умовах жорсткої ділової конкуренції.

Метою управління фінансовими ресурсами є забезпечення діяльності підприємства оптимальним обсягом фінансових ресурсів у кожний конкретний період часу відповідно до напрямів його розвитку, організація формування необхідного рівня та раціонального використання фінансових ресурсів, максимізація прибутку та забезпечення підвищення ринкової вартості підприємства.

До основних завдань управління фінансовими ресурсами відносять: забезпечення формування достатнього об'єму фінансових ресурсів; оптимізація структури джерел формування фінансових ресурсів підприємства; оптимізація розподілу сформованих фінансових ресурсів в розрізі основних напрямів господарської діяльності; забезпечення найбільш ефективного використання фінансових ресурсів; забезпечення мінімального рівня, пов'язаного з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів підприємства [2].

Ефективну систему управління фінансовими ресурсами підприємства рекомендується будувати дотримуючись принципів: системність, інтегрованість з загальною системою управління підприємством; орієнтація на стратегічні цілі розвитку підприємства; комплексний характер прийняття управлінських рішень; висока динаміка управління; варіативність підходів до управління; пріоритетність використання внутрішніх фінансових ресурсів; адаптивність до формування системи управління фінансовими ресурсами; ефективність прийняття управлінських рішень та їх законність; контроль [1].

Під час управління фінансовими ресурсами підприємств необхідно дотримуватися комплексно-системного підходу. Цей підхід дасть змогу підприємствам систематично та комплексно проводити політику джерел формування та використання фінансових ресурсів з метою максимального одержання прибутку при мінімальних ризиках.

Система управління фінансовими ресурсами характеризується взаємозв'язком та безперервною взаємодією двох підсистем (об'єкт та суб'єкт управління), а мета її функціонування полягає у забезпеченні оптимальних умов формування, використання, оптимізації структури фінансових ресурсів у процесі

господарської діяльності для максимізації добробуту власників підприємства в короткостроковому та довгостроковому періодах.

Таким чином, система управління фінансовими ресурсами підприємства являє собою частину загальної системи управління підприємством, а також є сукупністю форм, методів і прийомів, за допомогою яких здійснюється управління грошовим оборотом та фінансовими ресурсами.

### **Список використаних джерел**

1. Бердар М. М. Управління процесом формування і використання фінансових ресурсів підприємства на основі логістичного підходу / М. М. Бердар // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – С. 133–138.
2. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. – Москва : Омега-Л ; ООО «Эльга», 2011. – 768 с .
3. Павлова Л. Н. Финансовый менеджмент : учебник / Л. Н. Павлова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 275 с.
4. Хачатурян С. В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація / С. В. Хачатурян // Фінанси України. – 2003.– № 4. – С. 77–81.

## **ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБЄКТИ УПРАВЛІННЯ**

***І. В. Хелемеля, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група Ф-61***

***С. П. Прасолова, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи – науковий керівник***  
***Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

В Україні в умовах кризи та політичної нестабільності, ліквідність та платоспроможність підприємства є однією з найважливіших умов їх господарської діяльності суб'єктів підприємництва. Здатність підприємства вчасно та в повному обсязі розраховуватись за плановими платежами та терміновими зобов'язаннями, підтримуючи при цьому звичайний темп господарської діяльності, є однією з вимог фінансової стабільності підприємства та його конкурентоспроможності.

Ліквідність – це швидкісна здатність підприємства трансформувати свої активи у грошову форму для покриття необхідних платежів у міру настання їх строків. Ця характеристика успіш-

ності функціонування підприємства може розглядатися з двох позицій, а саме, як: час, необхідний для продажу активу; сума, отримана від продажу активу.

Вітчизняний досвід свідчить, що, з одного боку, підприємство вважається ліквідним, якщо спроможне виконати свої зобов'язання по відношенню до кредиторів, бюджету, працівників, орендодавців у встановлені терміни [1]. Разом з тим, існує точка зору, що при цьому поточні активи підприємства повинні перевищувати його короткострокові зобов'язання [2]. Якщо поточний капітал підприємства складається переважно із грошових коштів, короткострокових цінних паперів, дебіторської заборгованості щодо якої є впевненість у надходженні, тоді воно є більш ліквідним, ніж суб'єкт господарювання, поточні активи якого складаються переважно із запасів.

У зарубіжній практиці підприємство визнається ліквідним, якщо його платежі за зобов'язаннями у кожен момент планового періоду відповідають термінам, встановленим у договорі. При цьому, якщо здатність до оплати у кожен момент часу більша, ніж платіжні зобов'язання, то підприємство вважають ліквідним. Такий підхід є типовим і визначає, що кошти не є єдиним носієм ліквідності, проте він не враховує розвиток ліквідності підприємства на перспективу.

Класики аналітичної науки виділяють поточну та перспективну ліквідність, маючи на увазі під поточною ліквідністю співвідношення найбільш ліквідних засобів і активів з короткостроковими пасивами. Порівняння ж активів, які повільно реалізуються з довгостроковими і середньостроковими пасивами відображає, на їх думку, перспективну ліквідність. При цьому поточна ліквідність асоціюється з платоспроможністю на найближчий час, а перспективна ліквідність є прогнозом платоспроможності.

Термін «платоспроможність» дещо ширше, ніж ліквідність, він містить не тільки і не стільки можливість перетворення існуючих активів у активи, що швидко реалізуються, скільки спроможність юридичної або фізичної особи своєчасно і повністю виконувати свої платіжні зобов'язання, що впливають із торгових, кредитних та інших операцій грошового характеру. Таким чином, ліквідність виступає як необхідна й обов'язкова умова платоспроможності.

Проведені дослідження свідчать, що поняття «ліквідність» та «платоспроможність» іноді не розмежовуються, або містять однаковий зміст, що звужує і викривляє можливості їх аналізу і своєчасного прийняття управлінських рішень щодо подолання фінансової неспроможності підприємства.

Для виживання в ринковому середовищі кожне підприємство зобов'язане забезпечувати ефективне використання і прискорення оборотності оборотних коштів, підтримувати на достатньому рівні свою платоспроможність і ліквідність балансу. За цих умов підприємству необхідно розробляти політику комплексного оперативного управління активами, що полягає: у виборі оптимального рівня і раціональної структури активів з урахуванням специфіки діяльності підприємства; визначенні величини і структури джерел фінансування активів.

Таким чином, у процесі дослідження встановлено, що основні відмінності між ліквідністю підприємства та його платоспроможністю такі: поняття ліквідності підприємства більш ємне, ніж поняття його платоспроможності; ліквідність підприємства визначається розміром та складом поточних активів, а платоспроможність наявністю їх у високоліквідній формі; ліквідність підприємства припускає співвідношення усіх поточних активів та їх груп з поточними зобов'язаннями, а платоспроможність – високоліквідних активів із найбільш терміновими зобов'язаннями; ліквідність характеризує поточний та перспективний стан підприємства, а платоспроможність лише поточний стан.

### **Список використаних джерел**

1. Власова Н. О. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, Т. С. Пічугіна, П. В. Смірнова. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 222 с.
2. Гаркуша Н. М. Теоретичні основи формування ліквідності та платоспроможності підприємства / Н. М. Гаркуша, Т. В. Польова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – 2010. – № 2 (90). – С. 183–188.

### **СУТНІСТЬ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ**

***Ш. Е. Багірзаде, студент спеціальності 072м1«Фінанси, банківська справа та страхування»***

**О. П. Горбунова, асистент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник**  
**Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

На сучасному етапі розвитку України пенсійне забезпечення є одним із найактуальніших питань в державі. Це пов'язано із кризою пенсійного забезпечення. До основних причин незадовільного пенсійного забезпечення відносяться:

- 1) неспроможність існуючої солідарної системи забезпечити гідний рівень життя пенсіонерів;
- 2) низький рівень заробітної платні;
- 3) демографічна причина – рівень старіння населення України є найвищим у СНД [3].

Пенсійне забезпечення – це державна система правових, організаційно-адміністративних та економічних заходів щодо захисту громадян унаслідок настання старості, інвалідності або втрати годувальника. За допомогою цієї системи саме забезпечуються умови обчислення й виплати пенсій залежно від зроблених у період трудової діяльності обов'язкових чи добровільних пенсійних внесків [1].

Пенсійне забезпечення можна охарактеризувати як систему суспільних відносин, що існують для створення достатніх умов життя осіб при настанні пенсійного віку, інвалідності, втраті годувальника за рахунок коштів загального обов'язкового державного пенсійного страхування, накопичувальної системи, бюджетної підтримки, неформальної фінансової і не фінансової підтримки людей похилого віку в межах родини або громади [2].

Якщо розглядати пенсійне забезпечення як економічну категорію, то його можна охарактеризувати як сукупність економічних відносин з приводу нагромадження й розподілу в грошовій формі продукту, необхідного для задоволення потреб непрацездатних громадян суспільства. Суб'єктами таких відносин виступають: держава; члени суспільства, які працюють; підприємства та організації, що відраховують пенсійні внески; пенсіонери – члени суспільства, які не працюють.

До основних характерних ознак пенсійного забезпечення належать: по-перше, це регулярні грошові платежі; по-друге, кошти на виплату пенсій виділяються із спеціально створених для цього фондів; по-третє, розмір пенсії визначається індиві-



дуально для кожного громадянина; по-четверте, пенсії призначаються з настанням пенсійного віку, досягненням трудового стажу або з непрацездатністю громадянина чи втратою годувальника.

Пенсійне забезпечення виконує дві основні функції, що характеризують його загальні риси: розподільну й відтворювальну. Реалізуючи ці функції, необхідно погоджувати економічні інтереси працездатних членів суспільства, які створюють матеріальні блага, і непрацездатних [1].

Крім цього, пенсійне забезпечення реалізує свої внутрішні, специфічні функції. До них належать:

- розрахунок тривалості трудового стажу працівника;
- облік і розподіл накопичувальних пенсійних внесків;
- оформлення виплати пенсій;
- зберігання і доставка грошових коштів та ін.

Виходячи з такого трактування функцій пенсійного забезпечення, держава буде своєю політику і приймає законодавчі акти, які б об'єктивно регулювали соціальну систему в цілому і пенсійне забезпечення зокрема, з метою забезпечення соціальної політики та економічної стабільності в державі.

Система пенсійного забезпечення знаходиться під впливом пенсійної політики, напрями і зміст якої залежать не тільки від фінансово-економічних можливостей держави, але й співвідношення соціальних інтересів, мотивації уряду, ідеології і політики правлячих партій та активності громадянського суспільства.

Отже, значення пенсійного забезпечення працівників важко переоцінити, оскільки від його правильної організованості залежить життя і здоров'я людей, які визнані найбільшими соціальними цінностями у нашій державі.

Пенсійне забезпечення є дієвим інструментом, організація якого уможливило досягнення цілей соціальної політики. Пенсійне забезпечення виступає як базова і важлива гарантія стабільного розвитку суспільства, оскільки охоплює одночасно інтереси як працездатного, так і непрацездатного населення.

### **Список використаних джерел**

1. Буряченко О. Є. Сутність поняття пенсійного забезпечення в науковому дискурсі / О. Є. Буряченко // Теорія та практика державного управління. – 2015. – Вип. 2 (49). – С. 90–97.

2. Данилюк О. І. Теоретична сутність понять «пенсія» та «пенсійне забезпечення» / О. І. Данилюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.14. – С. 256–261.
3. Харкянен Л. Пенсійна система вимагає досконалого законодавства / Л. Харкянен, В. Мартинова // Віче. – 2002. – № 2. – С. 56–59.

## **ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ**

**В. Р. Отрошок**, студент спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК-51м

**Г. М. Сидоренко-Мельник**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ділова активність підприємств є одним з центральних факторів ефективності ринкової економіки, у сьогоднішніх надзвичайно важких умовах господарювання постає вирішальним фактором комерційного успіху. В той же час, ділова активність виступає визначальною характеристикою положення підприємства на ринку товарів та послуг.

Ділова активність відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових і інших ресурсів і в той же час характеризує якість управління, а також можливості потенційного розвитку підприємства. Саме ділова активність характеризується динамікою показників ефективності виробничо-господарської діяльності в цілому, тому позитивна динаміка цих показників сприятиме зміцненню фінансового стану підприємства.

Проблеми, пов'язані із забезпеченням ділової активності як чинника ефективного функціонування ринкової економіки, потребують подальшого вивчення та розробки економічного механізму їх вирішення. У зв'язку з цим важливим моментом є апробація ефективної системи показників та впровадження дієвих методів управління діловою активністю підприємства.

Відсутність уніфікованого підходу до аналізу ділової активності підприємств в умовах ринку, проблеми економічної інтерпретації результатів зумовлюють актуальність розв'язку проблем забезпечення дієвого фінансового управління.

На мікрорівні значну увагу діловій активності, як критерію ефективності функціонування підприємства, надають багато сучасних економістів, серед яких: Д. А. Аакер, Е. Дж. Долан, К. Д. Кемпбел, Р. Дж. Кемпбел, Л. А. Беренстайн, І. К. Беляєвський, Ю. М. Воробйов, В. В. Ковальов, М. В. Конишева, А. В. Короткова, Г. А. Краюхін, Г. Д. Кулагіна, Н. К. Моїсєєва, О. С. Олексюк, Г. В. Остапкович, К. А. Раїцький, Г. В. Савицька, Ю. С. Цал-Цалко та ін.

Вченими даються різні визначення ділової активності на мікрорівні та приводяться різні оціночні системи ключових показників, що характеризують набутий рівень ділової активності підприємства. Виділяють широкий та вузький підходи до визначення поняття «ділова активність». У широкому розумінні цей термін означає маркетингове і комерційне просування підприємства за умов залучення максимально можливого ресурсного потенціалу із спрямуванням усього спектру зусиль. У вузькому ж розумінні ділова активність підприємства означає якість прийнятих управлінських рішень, що характеризується висококваліфікованим менеджментом, повноту віддачі вкладених зусиль та ефективне використання наявних виробничих та комерційних можливостей. У цьому випадку словосполучення «ділова активність» являє собою переклад англомовного терміну «business activity», який якраз і характеризує відповідну групу коефіцієнтів з системи показників оцінки фінансового стану суб'єктів підприємницької діяльності [1].

Для прийняття ефективних управлінських рішень і оцінювання впливу середовища, в якому функціонує підприємство, необхідно постійно здійснювати пошук оптимальних взаємозв'язків між набором економічних ресурсів і кількістю економічних благ, які виробляються за допомогою цих ресурсів [2]. В цьому контексті значення аналізу ділової активності полягає у формуванні економічно обґрунтованої оцінки ефективності й інтенсивності використання ресурсів підприємства й у виявленні резервів їхнього залучення [3].

Аналітична процедура дослідження рівня ділової активності та причин її змін протягом попередніх періодів має бути сформована у відповідний механізм здійснення, який можна представити у вигляді двох блоків. Один із них, на наш погляд, має бути зосереджений на оцінці темпів зростання результативних показників, а другий – на визначенні ступеня ефективності використання ресурсів.

Узагальнення отриманих результатів аналізу та синтезоване їх вивчення дає змогу з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки економіко-фінансових явищ, які впливають на рівень ділової активності підприємства, і отримати об'єктивне підґрунтя для розробки дійових рішень, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Куриленко Т. П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності [Електронний ресурс] / Т. П. Куриленко – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_ekon/2009\\_6/ZMIST.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_6/ZMIST.htm). – Назва з екрана.
2. Войнаренко М. П. Ділова активність підприємств: проблеми аналізу та оцінки : монографія / М. П. Войнаренко, Т. Г. Рзаєва. – Хмельницький : Вид-во ХНУ, 2008. – 284 с.
3. Дяченко І. І. Методичне забезпечення аналізу ділової активності підприємства / І. І. Дяченко // Управління розвитком. – 2014. – 10 (173). – С. 140–142.

### **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПЕРЕСТРАХУВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ СТРАХОВОМУ РИНКУ**

**О. В. Худякова**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФКМ-51

**І. В. Фисун**, к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В сучасному світі перестрахування виступає важливою підсистемою міжнародного страхового ринку, що забезпечує фінансову надійність страхових компаній [1].

Функціонування цієї підсистеми є необхідним з огляду зростання світової страхової премії, фактором якого є бурхливий розвиток страхових ринків країн, що розвиваються. Так відповідно з результатами досліджень, проведених швейцарською компанією Swiss Reinsurance Company Limited, у 2016 році на страхові ринки країн, що розвиваються, припадало 20 % загального обсягу світових страхових премій проти 5 % цього показника у 1996 році [2].

В умовах формування страхового ринку України необхідним є вивчення тенденцій розвитку перестрахування на міжнарод-

ному страховому ринку з метою обґрунтування доцільності застосування його досвіду в Україні.

Система перестрахування на міжнародному страховому ринку пройшла тривалий час формування та розвитку. На теперішній час найпотужнішими гравцями цієї системи є Європейський регіон і США. Так, відоме фінансово-економічне видання «Форбс» у 2017 році опублікувало рейтинг, складений за підсумками діяльності найбільших світових компаній у сфері страхування попереднього року. У цьому значному списку зазначені компанії з 63 країн, сукупний дохід яких досяг \$ 35 трлн, а ринкова вартість представлених в рейтингу компаній, – \$ 44 трлн. Рейтинг складений з комплексного поєднання показників доходів, продажів (зібраних страхових премій), активів та ринкової вартості компаній [3].

В табл. 1 представлені показники діяльності провідних перестраховиків світу, що увійшли до цього рейтингу, котрі свідчать, що у 2016 році англійський перестраховик AON був лідером світового ринку перестрахування.

В Україні компанія AON є найбільшим страховим та перестраховальним посередником, що має свої представництва в двох містах (м. Києві та м. Львові). Використовуючи міжнародний досвід та глибокі знання українського бізнесу, AON здійснює розміщення продуктів страхування та забезпечує перестрахування ризиків учасників українського страхового ринку [4].

**Таблиця 1 – Рейтингові показники діяльності найбільших перестраховиків світу за 2016 р., млрд дол. США**

Перестраховик	Країна	Страхові премії	Доходи	Активи
AON	Великобританія	11,7	1,4	27,2
Marsh & McLennan	США	12,9	1,6	18,2
Arthur J. Gallagher	США	5,4	0,36	10,9

**Примітка.** Складено на основі даних джерела [3].

Загальновідомо, що європейський ринок перестрахування є найстарішим у світі і до його лідерів на теперішній час традиційно можемо віднести таких європейських перестраховиків як німецька компанія Munich Reinsurance Company, швей-

царська компанія Swiss Reinsurance Company Limited, німецька компанія Hannover Rück SE та англійський страховий синдикат Lloyd's. Ці компанії є транснаціональними, що мають представництва в багатьох країнах світу та є потужними гравцями міжнародного страхового та фінансового ринків. Зокрема, швейцарська компанія Swiss Reinsurance Company Limited у 2017 році отримала чистий прибуток 331 млн дол. США [2].

Таким чином, питання дослідження основних тенденцій розвитку перестраховування на міжнародному страховому ринку є важливим з огляду формування системи перестраховування в Україні та приведення її у відповідність до міжнародних стандартів. Саме це й потребує проведення подальших наукових досліджень.

### Список використаних джерел

1. Навроцький С. А. Перестраховування ризиків виїзного туризму: математичне моделювання рівня власного утримання страховика / С. А. Навроцький, Г. П. Скляр, І. В. Фисун // Науковий вісник Мукачівського державного університету, Серія «Економіка», 2015. – № 1 (3). – С. 107–114.
2. Підвищення вартості розвитку на ринках, що розвиваються: звітні дані «swiss re» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://institute.swissre.com/research/overview/sigma/>. – Назва з екрана.
3. Рейтинг страхових компаній світу [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrstrahovanie.com.ua/ratings/top-strahovvh-kompaniy-mira>. – Назва з екрана.
4. AON в Україні [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.aon.com/ukraine/>. – Назва з екрана.

### ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ГРОШОВИХ РЕФОРМ В УКРАЇНІ

**Н. І. Корнейчук**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група Ф-11

**О. В. Гасій**, к. е. н., доцент кафедри фінансів і банківської справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Грошові реформи посідають важливе місце серед заходів щодо оздоровлення і впорядкування грошового обороту, тому вивчення особливостей застосування грошових реформ на теренах України є актуальним.

Про ранні спроби у цьому напрямі на території Київської русі свідчить поява монет наприкінці X – поч. XI ст., прикладом яких стали візантійські монети (золоті соліди Василя II та Константина VII). Перші грошові знаки при дворі Володимира Святославовича назвали златниками, після чого згодом з'явилися срібляники. Тому можна відзначити, що це перші гроші, які символізували суверенність давньоруської держави. Вони мали різні назви: куна, ногата, резана, вевериця, аж поки всі ті назви не акумулювалися в єдиному грошово-розрахунковому понятті – гривня.

Гривні, що виготовлялися в Києві з XI до 40-х років XIII ст. були в обігу переважно на південно-західних землях. Вони мали незвичайну форму, а саме – шестикутну, вагою майже 140–160 г. Починаючи з XIV та до першої половини XVII ст., коли був «безмонетний період» гривні-зливки зменшуються в масі, змінюють форму.

Історичні події, що були характерні для українських земель протягом XIV–XV ст., визначили їх підпорядкування кільком державам. Цікавим фактом є те, що в 1349 р. в результаті походу короля Казимира III Галицька Русь увійшла до складу Польщі, однак з правом карбування власної монети. 1534 рік ознаменувався проведенням грошової реформи царицею Єленою Глинською, результатом якої був введений в обіг рубль. У 1654 р. з'явилися «єфимки з ознакою», які перебували в обігу до 1663 р.

Перші спроби реформування грошової системи України були здійснені Катериною II 1780 р. За царювання Павла I із зовнішнього вигляду срібних монет зникли портрети, а карбувався девіз «Не нам, не нам, а імені твоєму».

Нова доба в історії обігу монет на землях України настала в листопаді 1918 р. Починався період неподільного панування паперових грошей (асигнацій), які не були нічим забезпечені.

У 1921 р. було проголошено нову економічну політику. Величезна інфляція, яка панувала в країні, потребувала нових номіналів. У 1922 р. в СРСР було встановлено систему двох валют: стабільних червінців і золотих монет та радзнаків. 1922 р. Радянський уряд ухвалив рішення про карбування золотої монети – червінця. У період 1923–1938 рр. почали випускати срібні та мідні монети СРСР та вперше було встановлено валютний курс рубля на основі американського долара, за яким 1 доллар відповідав 5 руб. 30 коп.

У зв'язку із війною 10 березня 1942 р. німецькою адміністрацією спільно з фірмою Центрального емісійного банку України було випущено для грошового обігу «окупаційні гроші». У 1947 р. була проведена грошова реформа, мета якої полягала у зміцненні фінансового господарства держави і підвищення купівельної спроможності карбованця.

Бурхливий розвиток економіки СРСР, який спостерігався протягом 50-х років. ХХ ст., спричинив зростання грошової маси. З метою її обмеження було проведено грошову реформу, яка оголошувалася 4 травня 1960 р. Постановою Ради Міністрів «Про зміну масштабу цін і заміну грошей, що перебували в обігу, на нові». Вона передбачала деномінацію рубля за курсом 10 : 1. З 1 січня 1961 р. в обіг надійшли нові грошові знаки. Купюри, введені грошовою реформою 1961 р., залишалися в обігу до 1991–1992 рр. В 1991 р. була проведена остання грошова реформа СРСР.

Після проголошення незалежності України грошовий обіг характеризувався негативними тенденціями, що визначило необхідність реформування грошової системи. Реформа 1996 р стала надзвичайною подією для молодого держави, в результаті якої створено власну національну валюту, як один із невід'ємних атрибутів державності. Головним досягненням було утримання стабільності грошового, споживчого і валового ринків, що сприяло цілеспрямованому розвитку економіки України [1, 2].

Таким чином, грошова система України пройшла багато випробувань на шляху до власного становлення. Кожна грошова реформа є індивідуальною за своїми характеристиками і специфічною за змістом. Тому при виборі виду реформи та методу її здійснення необхідно враховувати нові соціально-економічні умови.

### **Список використаних джерел**

1. Про грошову реформу в Україні [Електронний ресурс]: Указ Президента України від 25.08.1996 № 762/96 // Відомості ВРУ. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/762/96>. – Назва з екрана.
2. Гроші та кредит: підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; за заг. ред. М. І. Савлука – 6-те вид. перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2011. – 589 с.



## **ПРІОРИТЕТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

*Г. І. Ваніш, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група 661*

*І. Р. Чуй, к. е. н., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування – науковий керівник*

*Львівський торговельно-економічний університет*

В грошово-кредитній сфері, як і в будь-якій іншій сфері економіки, відповідно до об'єктивних та суб'єктивних передумов виникають певні ризики, які значно впливають на очікуваний рівень ефективності. Доцільність окреслення ризиків функціонування грошово-кредитної сфери гостро актуалізується в умовах поглиблення макроекономічної нестабільності, а також необхідності удосконалення сучасної грошово-кредитної політики України в напрямку зміцнення фінансової безпеки держави. Розкриття та обґрунтування ризиків обумовлено також інтенсифікацією кризових явищ в національній економіці, суттєвим зниженням ділової активності, а також погіршенням очікувань щодо майбутнього економічного зростання [1].

За дестабілізації грошово-кредитної сфери фінансова безпека як складова безпеки національної економіки зазнає суттєвих негативних впливів, які розвивають процеси послаблення стійкості, стабільності, незалежності та передумов до розвитку фінансової системи країни і руйнують, таким чином, необхідні умови гарантування фінансової безпеки держави [2, с. 18].

Недоліки в регулюванні грошово-кредитного сектора держави, беззаперечно, призводять і до виникнення спочатку ризиків, а надалі й загроз усім складовим її фінансової безпеки. Йдеться про бюджетну, валютну, боргову, безпеку страхового та фондового ринків. Функціонування грошово-кредитної сфери та її регулювання через інструменти процентної політики, норм обов'язкових резервів для комерційних банків, їх рефінансування, управління золотовалютними резервами, операцій з цінними паперами, імпорту та експорту капіталу, емісії власних боргових зобов'язань та операцій з ними може мати як позитивний вплив у вигляді стабілізації курсу та зміцнення національної грошової одиниці, стримування інфляції в прийнятних межах та належного кредитування розвитку реального сектора і спожив-

чих потреб населення, так і зародження ризиків за складовими фінансової безпеки держави, які за не адекватного і не своєчасного реагування призводять до посилення загроз фінансовій, а через неї і економічній безпеці держави.

Стан фінансової безпеки України на сучасному етапі розвитку держави не стабільний та характеризується істотними кризовими процесами, зокрема критичним зростанням зовнішнього, внутрішнього та загальнодержавного боргу, девальвацією національної валюти та обмеженістю резервів НБУ, високим рівнем тінізації економічних відносин та активізацією процесів виведення капіталу за кордон, посиленням залежності вітчизняного банківського сектору від зовнішнього капіталу та зниження обсягів кредитування банками реального сектору економіки, низькою фінансовою стійкістю суб'єктів господарювання, високим рівнем перерозподілу ВВП через бюджетно-податкову систему, зростанням обсягу трансфертів з державного бюджету, низьким рівнем проникнення страхування тощо.

В значній мірі ці недоліки обумовлені негативними аспектами функціонування грошово-кредитної сфери держави, де в недостатній мірі реалізуються базові функції з підтримки макроекономічної стабільності, економічного зростання та зміцнення конкурентоспроможності національної економіки.

За результатами інтегрального оцінювання рівня фінансової безпеки України встановлено, що найбільший вплив на зміну інтегрального індексу фінансової безпеки України чинить саме грошово-кредитна безпека, яка безпосередньо впливає на макроекономічні процеси в країні, на рівень і темпи інфляції, стан фінансового та валютного ринків.

Негативним є й те, що стан грошово-кредитної безпеки України погіршується.

Отже, за умови виникнення, як позитивних, так і негативних змін в грошово-кредитній сфері (простежується за допомогою моніторингу системи статистичних показників, а саме: процентних ставок Національного банку України, нормативів обов'язкового резервування та грошової бази) з'являється певна невизначеність щодо впливу в майбутньому даних змін на функціонування грошово-кредитної сфери та економіки загалом. В такому аспекті варто зазначити, що побудувати точний прогноз або попередити виникнення невизначеності з допомогою математичних методів чи моделей доволі складно. Це не пов'язано з

браком методологічних підходів, а, найперше, з значною мінливістю економічного середовища, а також неможливістю врахування усіх можливих змін [3, с. 6].

### **Список використаних джерел**

1. Willett A. H. The Economic Theory of Risk Insurance, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1951.
2. Економічна безпека держави / за заг. ред. д. е. н., проф. Власюка О. С., д. е. н., проф. Мокія А. І. – Львів : Апріорі, 2013. – 836 с.
3. Юсипович О. І. Економічні ризики та їх вплив на товарооборот: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / О. І. Юсипович ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Л., 2007. – 17 с.

## **СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ**

### **АКТУАЛЬНІ ЗМІНИ У ЗАКОНІ УКРАЇНИ «ПРО БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І ФІНАНСОВУ ЗВІТНІСТЬ В УКРАЇНІ»**

**Ю. О. Даскал, І. В. Тенкевич**, студенти спеціальності «Облік і оподаткування», група ОА-11

**Ю. О. Ночовна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник

Нещодавно ухвалено численні зміни до Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Значною мірою їх поява викликана потребою імплементувати в українське законодавство норми, прийняті в Євросоюзі. Річ у тім, що Європейський Парламент та Рада ЄС ухвалили Директиву про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язану звітність певних типів підприємств від 26.06.2013 р. № 2013/34/ЄС. Цей документ містить нові умови складання, подання та оприлюднення фінансової звітності, а також порядок визнання й оцінки певних видів активів, зобов'язань, доходів і витрат. Причому запроваджені новації в окремих місцях досить суттєво відрізняються від правил МСФЗ.

Саме тому законодавці підготували коментовані зміни, а також внесли чимало власних ідей, однією з яких є те, що відтепер Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 05.10.2017 № 2164-VIII поширюється на операції з виконання державного та місцевих бюджетів і складання фінансової звітності про виконання бюджетів у державному секторі.

При цьому суттєво оновлено ст. 1, де містяться визначення низки бухгалтерських термінів. Деякі терміни було уточнено, проте з'явилися в Законі про бухгалтерський облік і нові, зокрема:

– *таксономія фінансової звітності*, під якою розуміють склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, що підлягають розкриттю за МСФЗ;

– *звіт про платежі на користь держави* – нова форма звіту, що містить деталізовану інформацію про податки, збори та

інші платежі підприємств, належні до сплати на користь держави відповідно до чинного законодавства;

– *звіт про управління* – документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, що характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності;

– *підприємства, що становлять суспільний інтерес* – це підприємства-емітенти цінних паперів, цінні папери якого допущено до біржових торгів, банки, страхові компанії, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств), та підприємства, які належать до великих підприємств. Головним бухгалтером підприємства, що становить суспільний інтерес, може бути призначена особа, яка має повну вищу економічну освіту, стаж роботи у сфері фінансів, бухгалтерського обліку та оподаткування не менше 3 років, не має судимості за вчинення злочину проти власності та у сфері господарської діяльності.

Слід зазначити, що з метою складання, подання та оприлюднення фінансової та консолідованої фінансової звітності у Директиві ЄС № 2013/34/ЄС встановлено нові критерії класифікації підприємств України за розміром: мікропідприємства, малі, середні та великі підприємства.

Нововведення торкнулись і принципів бухгалтерського обліку. Так, з переліку принципів, що містилися в ст. 4 Закону про бухгалтерський облік, вилучені принципи обачності, історичної (фактичної) собівартості та періодичності.

Зміни Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» стосуються і спрощення документального оформлення господарських операцій. Ними по-перше, неістотні недоліки в документах, що містять відомості про господарську операцію, відтепер не визнаються підставою для її невизнання. Однак це можливо лише за умови, що ці недоліки не перешкоджають ідентифікації особи, яка брала участь у здійсненні господарської операції, та містять відомості про дату складання документа, назву підприємства, від імені якого складено документ, зміст та обсяг господарської операції тощо. По-друге, з'явилась норма, відповідно до якої права і обов'язки сторін, що виникають у результаті здійснення господарської операції, оформленої первинним документом відповідно до ви-

мог закону, не залежать від факту відображення її в регістрах та на рахунках бухгалтерського обліку.

Відповідно до внесених змін фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність відтепер за МСФЗ мають складати підприємства:

- що становлять суспільний інтерес;
- публічні акціонерні товариства;
- підприємства, які здійснюють діяльність з видобутку корисних копалин загальнодержавного значення;
- підприємства, які проводять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається КМУ.

Таким чином, внесені зміни у Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» наближають його норми до вимог ЄС, що сприяє підвищенню об'єктивності, прозорості та доступності даних бухгалтерського обліку й фінансової звітності вітчизняних підприємств, залученню іноземних інвестицій в країну.

## ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ФОП В УКРАЇНІ

**Р. В. Івченко**, студентка спеціальності «Облік і оподаткування», група ОА-11

**Ю. О. Ночовна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник

ФОП – це фізична особа-підприємець, який реалізує свою здатність до праці шляхом самостійної, на власний ризик діяльності з метою отримання прибутку.

З метою оподаткування ФОП діляться на 4 групи і сплачують єдиний податок (ЄП):

### Характеристика ФОП-платників єдиного податку

Групи		Критерії			
		дозволена сфера діяльності	кількість найманих працівників	макс. обсяг доходу за кал. рік	ставка єдиного податку
1 група	Тільки ФОП	Тільки роздрібний продаж на ринках та/або надання побутових послуг населенню	0 чол.	≤ 300 000 грн	Не більше 10 % прожиткового мінімуму (ПМ)

Продовж.

Групи		Критерії			
		дозволена сфера діяльності	кількість найманих працівників	макс. обсяг доходу за кал. рік	ставка єдиного податку
2 група	Тільки ФОП	Надання послуг, у т. ч. побутових, тільки платникам ЄП та/або населенню; виробництво та/або продаж товарів; ресторанний бізнес	0–10 чол.	≤ 1 500 000 грн	Не більше 20 % мінімальної заробітної плати (МЗП)
3 група	ФОП і юридичні особи	Усі види діяльності, крім заборонених у п. 291.5 ПКУ	Без обмежень	≤ 5 000 000 грн (без ПДВ)	3 % доходу – для платників ПДВ; 5 % доходу – для неплатників ПДВ
4 група	с/г товаровиробники	с/г виробництво	0–50 чол.	Попередній податковий рік ≤ 75 %	Встановлюється відповідно до грошової оцінки землі

При цьому існують й інші обмеження щодо діяльності ФОП, зокрема:

- ФОП на 1-й групі не може займатися оптовим продажем товарів або наданням непобутових послуг;
- ФОП на 2-й групі не може надавати послуги неплатникам ЄП;
- на 3 групі ЄП заборонено перебувати банкам, кредитним спілкам, ломбардам, лізинговим компаніям, довірчим товариствам, страховим компаніям, інвестиційним фондам та деяким іншим фінансовим установам, а також реєстраторам цінних паперів.

Крім того, для всіх ФОП заборонені такі сфери діяльності, як фінансові послуги, організація телебачення і радіомовлення, операції з металобрухтом, загальна, середня та вища освіта, будівництво та експлуатація автодоріг. На ЄП заборонено перебувати нерезидентам України.

Ведення обліку у ФОП-платника ЄП залежить від його групи та статусу:

### Порядок ведення обліку у ФОП – платника єдиного податку

ФОП				Юридичні особи
1 група	2 група	3 група		3 група
Фіксовані ставки		ставка 3 % (платники ПДВ)	ставка 5 % (неплатники ПДВ)	ставки 3 % та 5 %
Книга обліку доходів (КОД)		Книга обліку доходів і витрат (КОДВ)	Книга обліку доходів (КОД)	Спрощений бухгалтерський облік

КОД та КОДВ, а також порядок їх ведення затверджені наказом Міністерства фінансів України від 19.06.2015 р. Без реєстрації Книги є недійсними. Орган ДФС безплатно реєструє Книги. На Книгах мають бути проставлені підписи керівника або заступника контролюючого органу, скріплені печаткою. Книги можуть вестися в ручному або електронному вигляді.

Незважаючи на ряд обмежень, спрощена система оподаткування для ФОП є більш зручною у застосуванні і найбільш повно дозволяє підприємцю використовувати систему розрахунків готівкою, а це особливо актуально у сфері роздрібної торгівлі та надання побутових послуг населенню.

В цілому ЄП для ФОП більш вигідний, коли бізнес є високоприбутковим: тоді сплачується менше податку, ніж на загальній системі оподаткування. Якщо ж прибутковість бізнесу низька або взагалі наявний збиток, то кращою стає загальна система оподаткування, тобто сплата ПДФО – для ФОП і податку на прибуток – для юридичних осіб.

## ПЕРВИННИЙ ОБЛІК ОСОБОВОГО СКЛАДУ ПРАЦІВНИКІВ

**І. Я. Лаверушко**, студентка спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

**О. М. Чабанюк**, к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку – науковий керівник  
Львівський торговельно-економічний університет

Розрахунки з працівниками з оплати праці здійснюються на основі належно оформлених документів. Первинний облік забез-



печує юридичну основу документів для формування облікових проведення.

Завізований начальником відділу кадрів проект наказу (розпорядження) в необхідних випадках є направленням на переговори і пропуском в цех (відділ) для ознайомлення з умовами роботи. Курівник структурного підрозділу робить висновок про можливість зарахування: на зворотній стороні проекту наказу (розпорядження) вказується, ким може бути прийнятий на роботу той, хто наймається, по якому розряду, чи з яким окладом і тривалість строку випробування. Згода працівника з умовами праці, результати переговорів, при необхідності медичного огляду, відмітки про проходження інструктажу з техніки безпеки тощо проставляються на зворотній стороні форми.

Проект наказу про прийом на роботу працівника, якому встановлюють оклад, візується у службі підприємства для підтвердження посади і окладу, що встановлюються за штатним розписом. Підписаний керівником підприємства наказ оголошується працівнику під розписку.

На підставі підписаного наказу (розпорядження) про прийом на роботу відділ кадрів заповнює документ первинного обліку форму № П-2 «Особова картка», робить записи у трудовій книжці, бухгалтерія відкриває особовий рахунок. Трудова книжка є основним документом про трудову діяльність працівника. Трудові книжки ведуться на всіх працівників, які працюють на підприємстві понад п'ять днів. Працівники, що стають на роботу вперше, трудова книжка оформляється не пізніше п'яти днів після прийняття на роботу.

На великих підприємствах з метою полегшення роботи з картотекою, на кожного працівника відкривається додатково «Алфавітна картка» (форма № П-3).

При оформленні переведення працівника із одного цеху в інший застосовується «Наказ (розпорядження) про переведення на іншу роботу» (форма № П-5), який заповнюється працівником відділу кадрів у двох примірниках. Один примірник зберігається у відділі кадрів, другий передається до бухгалтерії.

Наказ візує начальник цеху попереднього і нового місця роботи та підписує керівник підприємства. Після цього робляться відмітки в особовій картці ф. № П-2, трудовій книжці та інших документах. На зворотній стороні форми робляться відмітки про нездані матеріальні та інші цінності, що рахуються за працівником на попередньому місці роботи.

Для оформлення щорічної та інших видів відпустки, що надається працівникам застосовується «Наказ (розпорядження) про надання відпустки» (форма № 6), який заповнюється у двох примірниках. Один залишається у відділі кадрів, другий передається до бухгалтерії. Наказ підписується начальником цеху та керівником підприємства.

На підставі наказу (розпорядження) про надання відпустки відділ кадрів робить відмітки в особовій картці ф. № П-2 працівника, а бухгалтерія робить розрахунок заробітної плати, що належить за відпустку. Відпустки для групи працівників доцільно оформлювати за допомогою форми «Список про надання відпустки» (форма № П-7).

Відмітки про здачу інструменту, спецодягу тощо на період відпустки працівника в списку про надання відпустки не робляться.

Відділ кадрів на основі списку про надання відпустки відмічає в особовій картці працівника дані про відпустку, а розрахунковий відділ бухгалтерії робить розрахунок заробітної плати, що належить за відпустку.

При звільненні працівників, оформляється у відділі кадрів у двох примірниках на всіх працівників «Наказ (розпорядження) про припинення трудового договору (контракту)» (форма № П-8).

Один екземпляр залишається у відділі кадрів, а другий передається в бухгалтерію. Наказ підписується начальником цеху та керівником підприємства, при цьому робляться відмітки про нездані цінності, що рахуються за працівником. На підставі наказу (розпорядження) про припинення трудового договору бухгалтерія робить розрахунок із працівником.

Таким чином, документування праці, заробітної плати та інших відповідних розрахунків повинно здійснюватись відповідно до вимог чинного законодавства належним чином оформлених документів, що забезпечують організацію контролю за витрачанням ресурсів.

### **Список використаних джерел**

1. Економіка праці і соціально-трудові відносини : навч. посіб. / М. Г. Акулов, А. В. Драбаніч, Т. В. Євась. – Київ : Центр учб. л-ри, 2012. – 328 с.
2. Спеціальні податкові режими: загальні положення, облік і звітність : навч.-практ. посіб. / Мединська Т. В., Чабанюк О. М. – Київ : Алерта, 2017. – 240 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ПІДПISУ

*І. С. Єщенко, студентка спеціальності «Облік і оподаткування», група ОА-21*

*В. Л. Вороніна, к. е. н, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В умовах науково-технічного прогресу посилюється значимість інформації в усіх сферах діяльності. Інформація розповсюджується різними засобами, найшвидшим із яких є Інтернет. Для ідентифікації достовірності інформації використовують відповідні технічні засоби. Зокрема для прискорення документообігу між суб'єктами економічної діяльності було запроваджено електронний цифровий підпис. Головним документом, що визначає поняття електронного цифрового підпису та суміжні з ним питання є Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV. Відповідно до цього Закону, електронний цифровий підпис – вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Електронний цифровий підпис накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа [1].

Програма електронного документообігу з використанням ЕЦП на сьогодні активно впроваджується в державних установах і органах державної влади, що істотно розширює можливості застосування ЕЦП і розвиток електронного документообігу в Україні.

Для здійснення своєї діяльності підприємствам необхідно складати, оброблювати, передавати, одержувати, зберігати, використовувати та знищувати велику кількість документів. Для прискорення та спрощення цих процесів використовуються документи у електронній формі. Для того, щоб електронні документи можна було вважати цілісними, тобто для того, щоб їх юридична сила прирівнювалася до документів на папері, на них ставиться електронний цифровий підпис. За допомогою спеціального програмного забезпечення бухгалтер може скласти

та відправити обов'язкову регулярну звітність у найкоротші терміни. Йому більше не потрібно їхати до державного органу, вистояти там у чергах та тратити свій дорогий час.

Цифровий підпис дозволяє вирішити наступні завдання:

- здійснити аутентифікацію джерела повідомлення;
- встановити цілісність повідомлення;
- забезпечити неможливість відмови від факту підпису

конкретного повідомлення.

Переваги та проблеми впровадження ЕЦП автором узгоджено в табл. 1.

**Таблиця 1 – Переваги та проблеми впровадження електронного цифрового підпису**

<b>Переваги електронного документообігу та цифрового підпису</b>	<b>Проблеми впровадження електронного цифрового підпису</b>
можливість ведення електронного документообігу з державними структурами	неузгодженість українського законодавства з міжнародним у сфері електронного документообігу
конфіденційність та безпека інформації	не доопрацювання законодавчої нормативної бази у питанні надання електронному документу
всебічна економія ресурсів та удосконалення бізнес-процесів на підприємстві, що пов'язані з укладанням договорів, оформленням платіжних документів та їх пересиланням	введення електронного підпису у практику роботи підприємств чи установ тісно пов'язано з необхідністю реформування практичної роботи персоналу
спрощення та пришвидшення процесів аудиту та перевірки	консерватизм персоналу звичайно обумовлений небажанням навчатися і перенавчатися, а також, можливо, низькою освіченістю
ефективний процес виявлення зловживань і незаконної діяльності	зростання вартості послуг, пов'язаних з ЕЦП

Електронний цифровий підпис спрямований на спрощення та прискорення документообігу між суб'єктами господарювання, що, в свою чергу, має зміцнити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, адже пришвидшиться процедура укладення

цивільно-правових і господарських договорів, оформлення експортно-імпортних операцій, надання електронних банківських послуг.

### **Список використаних джерел**

1. Про електронний цифровий підпис [Електронний ресурс]: Закон України від 22.05.2003 р. № 852-IV (із змінами і доповненнями) // База даних інформаційно-правової системи «ЛІГА». – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua/>. – Назва з екрана.

### **СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ**

---

#### **ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

*Р. Р. Голінка, студентка спеціальності «Облік і аудит»,  
група 411*

*Т. М. Мельник, доцент кафедри аудиту, аналізу та оподат-  
кування – науковий керівник  
Львівський торговельно-економічний університет*

Одне із основних завдань обліково-аналітичного забезпечення в системі управління інвестиційними проектами – визначення результатів їх реалізації. На відміну від поточної діяльності підприємств, результат якої визначається у фінансових показниках на періодичній основі, результат реалізації інвестиційного проекту може бути представлений показниками різного характеру, а часовий період для його визначення може мати різну тривалість.

Різний характер показників, які застосовуються для оцінки результату реалізації інвестиційного проекту зумовлений передусім характером цілей, які ставляться перед ним.

На основі проведеного аналізу економічної літератури, можна виокремити дві групи показників, що використовуються для оцінювання результатів реалізації інвестиційного проекту. Перша група – це фінансові показники, які застосовуються для оцінки реалізації інвестиційного проекту, друга – це нефінансові показники.

Фінансові показники своєю чергою можна поділити на дві підгрупи:

- фінансові показники, в основу розрахунку яких покладено метод дисконтування грошових потоків (чиста теперішня вартість грошових потоків проекту (NPV), внутрішня норма рентабельності проекту (IRR), модифікована норма доходності проекту (MIRR), дисконтований період окупності проекту (PP);

- фінансові показники, які розраховуються без приведення даних до єдиного часового періоду (недисконтований чистий грошовий потік проекту, середньорічний операційний прибуток від реалізації проекту, середньорічний операційний прибуток від реалізації проекту, скорегований на величину податку

(NOPLAT), облікова норма рентабельності проекту (ARR), простий період окупності проекту (PP), обліковий період окупності).

Розрахунки цих фінансових показників ґрунтуються на зіставленні видатків грошових коштів (інвестицій) та надходжень грошових коштів або фінансових результатів від реалізації інвестиційного проекту. Тому для їх розрахунку, маючи інформацію про обсяг вкладених інвестицій, необхідно володіти ще й інформацією про фінансовий результат проекту чи про обсяг надходження грошових коштів, які генеруватиме цей проект. Однак, не всі інвестиційні проекти мають суто комерційний характер і реалізуються з метою отримання прямої економічної вигоди. Інформація про надходження грошових коштів чи фінансовий результат може бути відсутня як така. Відтак визначити ці фінансові показники неможливо.

Окрім цього, існує ще один важливий момент, який стосується визначення фактичних значень окремих фінансових показників після завершення реалізації інвестиційного проекту. Зокрема, багатьох користувачів цікавить фактична окупність інвестиційного проекту, для визначення якої потрібно забезпечити збір та обробку інформації як під час реалізації проекту, так і після його завершення. В цій ситуації слід враховувати два моменти. По-перше, це функціонування обліково-аналітичного забезпечення, здатного зібрати й опрацювати необхідну інформацію як на етапі реалізації інвестиційного проекту, так і після його закриття. Звісно, що тут йдеться про тривалі часові періоди, протягом яких підприємство, що реалізувало інвестиційний проект, може змінювати облікову політику, програмне забезпечення для ведення обліку, організаційну структуру обліково-аналітичних та планово-економічних служб, що може певною мірою позначитися на зборі та обробці такої інформації.

По-друге, можуть виникати труднощі з ідентифікацією економічної вигоди від реалізації інвестиційного проекту. Наприклад, розрізнити, де грошовий потік забезпечується в результаті реалізації інвестиційного проекту, де – в результаті поточної діяльності, а де – від інших проектів, фактично неможливо [2].

Водночас необхідно зауважити, що майбутні результати від реалізації проекту, залежать не від команди проекту, а від менеджерів, що управляють поточною діяльністю торговельного підприємства. Коли ж здійснюються аналітичні розрахунки фінансових показників перед реалізацією проекту, вибудовується

своєрідна інформаційна вісь, яка нібито поєднує в часі проектну та післяпроектну діяльність. Але насправді цього не існує, оскільки цільові показники менеджерів, які управляють поточною діяльністю торговельного підприємства, як правило, жодним чином не мають стосунку до історичних даних реалізованого проекту. Тому не зовсім логічно прив'язувати до інвестиційного проекту результати проектної та післяпроектної (поточної) діяльності торговельного підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Даньків Й. Я. Облікова інформація в системі управління інвестиційною діяльністю / Й. Я. Даньків // Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». Вид-во Ужгородського університету. – 2014. – № 2(43). – С. 173–178.
2. Мельник Т. М. Методичні проблеми визначення результатів реалізації інвестиційних проектів на підприємствах торгівлі / Т. М. Мельник // Бухгалтерський облік, аналіз і аудит в системі інформаційного забезпечення підприємств : тези доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2015. – 148 с.



## СЕКЦІЯ 4. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

---

### МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ

*М. С. Лусевич, студентка спеціальності «Економіка підприємства», група ЕП-31*

*В. В. Іванова, д. е. н., професор кафедри економіки та економічної кібернетики – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Сучасні процеси розвитку світової економічної системи пов'язані з інтеграцією та взаємозалежністю економік, що актуалізує проблеми конкурентоспроможності країн, залучених у міжнародні процеси.

Важливим показником стану економіки країни є визначення міжнародного економічного рейтингу, тобто позиції у світі щодо конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, економічної свободи, загального економічного потенціалу тощо. Зміна показників міжнародних економічних рейтингів виявляє економічні зміни в країні з погляду незалежного оцінювання. Аналіз динаміки показників міжнародних економічних рейтингів дає змогу визначити певні закономірності, а також проблеми у сучасному стані економіки країни.

Світова фінансова криза посприяла зниженню ефективності функціонування світової економіки, що вплинуло на економічний розвиток країн і відобразилось у міжнародних економічних рейтингах. Жорстка конкурентна боротьба на світових ринках потребує від України пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності національної економіки, формування у країні потужного інноваційного та науково-технічного потенціалу, сприятливого бізнес-середовища, що в перспективі дозволить зайняти гідні позиції на міжнародних ринках.

Визначальним показником ефективності здійснення економічної політики держави є її місце у глобальних рейтингах. Загалом виділяють близько десяти міжнародних індексів. Найбільш поширеними є індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс глобалізації, індекс легкості ведення бізнесу, індекс

економічної свободи, індекс сприйняття корупції, індекс розвитку людського потенціалу, індекс свободи преси.

Індекс глобальної конкурентоспроможності – масштабне наукове дослідження, яке здійснюється Всесвітнім економічним форумом. Результатом цього дослідження є рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Позиція України в Індексі глобальної конкурентоспроможності у 2016 році – 85-те місце серед 138 країн. У рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності протягом 2015–2016 років лідерство тримають Швейцарія, Сінгапур, США. Найближчими сусідами України є Кіпр, Намібія, Греція, Гондурас.

Динаміка глобального індексу конкурентоспроможності показала, що позиція України коливається через кризові ситуації. У період 2012–2013 років ситуація покращилась, але подальший посткризовий синдром привів до зниження конкурентоспроможності країни.

У 2014 році ситуація покращилася (76 місце), однак Україна продовжує втрачати позиції (2016 рік – 85 місце). До чинників, які найбільшою мірою вплинули на погіршення ситуації, треба віднести корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективність державної політики.

Оцінка міжнародного рейтингу Doing business в Україні засвідчила позитивні зрушення. За період з 2011 року Україні вдалося суттєво підвищити свої позиції із 149 місця до 83 місця в 2016 році. Таке зрушення позиціонується Україною як індикатор правильності проведення реформ. Проте найбільш гострими питаннями для іноземних інвесторів в Україні залишаються реєстрація власності, захист інвесторів, ведення міжнародної торгівлі та вирішення питань щодо запобігання неплатоспроможності і банкрутству. Зміна основних показників рейтингу Doing business в Україні протягом 2011–2016 років подана у таблиці 3 і засвідчує поступовий тренд до полегшення ведення бізнесу в Україні.

Індекс економічної свободи складений The Heritage Foundation & the Wall Street Journal. Рівень свободи економік країн світу розраховується за середнім арифметичним із 10 показників. До них належать свобода бізнесу, торгівлі, фінансового сектору, інвестицій, праці, монетарна і фіскальна свобода, гарантії прав власності, розміри бюрократичного апарату і ступінь захисту від корупції.

У 2016 році наша країна в рейтинговій позиції зайняла 166 місце серед 180 країн і визнана країною із пригніченою економікою. Іншими словами, Україна перебуває на останньому місці із 43 країн Європи. Загальний бал України нижчий за середній у світі та згідно із класифікацією належить до групи країн із «невільною економікою». Варто зазначити, що, крім України, до цього переліку входять ще 25 країн, включаючи такі пострадянські країни, як Білорусь, Узбекистан, Туркменістан.

Серед складників Індексу економічних свобод позитивну динаміку проявив тільки один показник (свобода від корупції), незмінним залишився також один (фінансова свобода), а решта показників відзначилися негативною тенденцією.

Індекс інвестиційної привабливості – це оцінка інвестиційної привабливості України, що проводиться Європейською Бізнес асоціацією і ґрунтується на характеристиці інвестиційного клімату як сукупності політичних, економічних, законодавчих, регуляторних та інших чинників, що в кінцевому рахунку визначають ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання.

Рівень інвестиційної привабливості України відповідно до цього Індексу знаходиться на найнижчих позиціях за всю історію дослідження.

Сьогодні існує низка стримувальних факторів, які гальмують розвиток інвестицій ринку України, що спричиняє зниження потенційно можливих прибутків суб'єктів господарювання України від інвестиційної діяльності. Серед ключових факторів варто відзначити нестабільність українського законодавства, нерозвиненість ринкової інфраструктури, зокрема фондового ринку, сильний податковий тиск, корупцію в місцевих і центральних органах влади.

Україна останнім часом регресує у всіх світових рейтингах. Це пояснюється невіршеними внутрішніми та зовнішніми проблемами, до яких варто віднести свідомі та несвідомі дії посадових осіб і суб'єктів підприємництва; збіг об'єктивних обставин (світова фінансова криза, політична криза органів влади). У більшості рейтингів місце України через це понижено. Стратегічні пріоритети України щодо підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності повинні відображатись у системі поступових кроків адаптації національної економіки до змін світових глобалізаційних та інтеграційних процесів. Основним меха-

нізмом підвищення конкурентних переваг України є здійснення внутрішніх реформ та трансформація векторів зовнішньоекономічної політики. Також зусилля держави варто спрямувати на формування сприятливого бізнес середовища, яке дасть змогу реалізувати наявний інноваційний та людський потенціал та стане передумовою поступового підвищення міжнародної конкурентоспроможності України у світових рейтингах.

## СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ

---

### ЗАРОБІТНА ПЛАТА В УКРАЇНІ

*І. В. Гаркавенко, студентка напряму підготовки «Туризм», група Т-22*

*Л. М. Кириченко, асистент кафедри економічної теорії та прикладної економіки – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

На сучасному етапі розвитку у здійсненні державної політики соціального захисту працюючих, основним інструментом є методи задоволення матеріальних потреб, раціональна організація заробітної плати.

У залежності від зміни соціальних умов змінюється і зміст заробітної плати. У ринкових умовах основними факторами, що визначають зміст заробітної плати, є правила ринку праці: вартість робочої сили як товару, умови її найму, попит та пропозиція, конкуренція на ринку праці, рівень кваліфікації і спеціалізації найманого робітника.

Теоретичні і практичні питання удосконалення трудових правовідносин між працівником і власником та пов'язаним з ними поняттям заробітна плата знайшли своє відображення в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема І. О. Бланка, М. Т. Білухи, Ф. Ф. Бутинця, О. І. Гадзевича, В. В. Сопка, А. М. Соколовської та ін.

Під терміном «заробітна плата» розуміється основна та додаткова заробітна плата, заохочувальні та компенсаційні виплати або інші виплати та винагороди, які виплачуються (надаються) платникові податку у зв'язку з відносинами трудового найма згідно із законом.

**Заробітна платня має чітку структуру:**

1. Основна заробітна платня.
2. Додаткова заробітна платня.

Мінімальна заробітна плата – законодавчо встановлений розмір заробітної плати за календарний місяць за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може провадитися оплата.

Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється законом раз на рік під час затвердження Державного бюджету України.

Починаючи з 01.01.2017 р. розмір мінімальної заробітної плати працівника за повністю виконану норму праці не може

бути менше 3 200 грн. Мінімальна зарплата українця від січня 2018 року становитиме 3 723 гривні. Погодинна оплата становитиме мінімум 22 гривні 41 копійку. Прожитковий мінімум для працездатних осіб офіційно встановлено на рівні 1 762 гривні. Законодавці визначили, що із 1 січня 2018 року мінімальний розмір зарплати становитиме 3 723 гривні щомісяця. Відповідно до планування держбюджету 2017 року вона складала 3 200 гривень. Мінімальна заробітна плата для українців підвищиться до 4 200 гривень із другого кварталу 2018 року.

Середня заробітна плата – по підприємству, установі – економічний показник, який характеризує розмір нарахованої заробітної плати, яка припадає на одного працівника підприємства, організації; визначається поділом загальної суми нарахованої заробітної плати на середню чисельність працівників.

Отже, заробітна плата, слугуючи оплатою послуг праці працівника, відображає соціально-економічне становище в національній економіці та рівень життя в суспільстві. В Україні економічна необґрунтованість заробітної плати та недосконалість трудових відносин спричиняє соціально-економічну напруженість у суспільстві.

Для підвищення рівня заробітної плати в Україні, на нашу думку, необхідно: зменшити тіньовий сектор національного господарства, збільшити обсяги виробництва на підприємствах, зменшити рівень інфляції, збільшити ціни на робочу силу, збільшити вплив профспілок та удосконалити законодавчу базу. Заробітна плата являє собою один з основних факторів соціально-економічного життя кожної країни, колективу, людини. Організацію заробітної плати між інтересами роботодавця і працівника повинен досягатися компроміс, який сприяє розвиткові відносин соціального партнерства між двома рушійними силами ринкової економіки.

## **КАПІТАЛ І ЙОГО СФЕРА ОБІГУ**

**Ю. Г. Чопенко**, студентка напряму підготовки «Туризм», група Т-22

**Л. М. Кириченко**, асистент кафедри економічної теорії та прикладної економіки – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Капітал – одна із категорій економічної науки, яка привертала і привертає зараз увагу провідних вчених. Мабуть жодна

інша категорія не увібрала в себе таку множинність думок і позицій, як категорія «капітал». Це пов'язано з тим, що капітал займає значну роль як у розвитку економічної системи загалом, так і суб'єктів господарювання зокрема. Тобто капітал безпосередньо пов'язаний з формуванням, обміном і використанням валового внутрішнього продукту на макроекономічному рівні та з формуванням, розподілом та використанням фондів грошових коштів на мікроекономічному рівні.

Серед вітчизняних науковців найбільше уваги до визначення сутності капіталу приділено у працях Баліцької В. В., Крамаренка Г. О., Югас Е. Ф., Савельєвої Т. М., Терещенка О. О., Гончарової Н. П., Поддєрьогіна А. М. Незважаючи на велику кількість досліджень та враховуючи динамічний розвиток економіки тема капіталу залишається актуальною.

У процесі поглиблення суспільного поділу праці на певному етапі розвитку товарно-грошових відносин і сфери обміну як складової суспільного відтворення відбувається відокремлення товарної і грошової форми капіталу у відносно самостійні види капіталу:

- торговий;
- позичковий.

Торговий капітал – це капітал, який використовується у сфері обігу і який обслуговує процес реалізації товарів.

Позичковий капітал – це відокремлена форма промислового капіталу, грошовий капітал, який його власники надають у позичку підприємцям на умовах повернення, платності й строковості.

Рушійною силою руху позичкового капіталу є привласнення належного процента. Його розмір спонукає власників тимчасово вільних коштів на певний час відчужувати їх під відсоток, що стає ціною кредиту. Попит і пропозиція позичкового капіталу формуються грошовим ринком.

Позичковий процент – частина доходу, яку позичальник віддає кредиторів за користування грошовими коштами.

Чинниками мікроекономічного рівня впливу на розмір процентної ставки можна вказати:

- мету кредиту;
- розмір кредиту;
- термін користування кредитом;
- рівень ризику.

Категорія кредиту розглядається економічною наукою, як відносини про надання позики, що засновані на довірі та передбачають повернення наданої вартості у певний строк зі сплатою ціни за користування.

Відповідно до постанови Правління Національного банку України № 85 «Про опублікування окремої інформації щодо діяльності банків України», станом на 01 січня 2018 року представлено в табл. 1.

**Таблиця 1 – Кредити, надані суб'єктам господарювання за видами економічної діяльності**

№	Найменування банку	Залишки коштів за кредитами, наданими суб'єктам господарювання за видами економічної діяльності
1	ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	17 884 959
2	АТ «ОЩАДБАНК»	51 762 474
3	ПАТ «А-БАНК»	96 153
4	АТ «Укресімбанк»	71 052 012
5	ПАТ «Полтава-банк»	561 280

За даними СМІ: Протягом останніх 4 років лише від МВФ, Україна отримала 13,3 млрд доларів кредиту. Серед позикодавців є: Євросоюз, Світовий банк, Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Канада, Німеччина, США і Японія. Упродовж 2017 року державний борг України збільшився в порівнянні з попереднім роком на 10,98 % і станом на 31 грудня склав 2,141 трлн грн (\$ 76,31 млрд). Якщо розділити цю суму між 40 мільйонами українців, кожен з нас винний трішки більше ніж 1 900 доларів. Ця сума в майже в 10 разів більша, ніж заробітки середньостатистичного українця. Для прикладу, на кінець 2017 року борг перед США складає вже більше 3 млрд дол., майже 2,5 млрд – перед ЄС. Але головним кредитором залишається Міжнародний валютний фонд.

Отже, на основі проведеного дослідження можна стверджувати, що капітал є одним із найважливіших понять функціонування та розвитку економічної системи. В системі товарного обігу зосереджені не тільки торгово-посередницькі підприємства, але й підприємства неторговельної діяльності, які обслу-



говують процес обігу товарів. Найважливішою формою управління капіталом підприємства повинні стати рішення, суть яких зводиться до формування достатніх для розвитку підприємства фінансових ресурсів, пошуку нових джерел фінансування на грошовому і фінансовому ринках, використуванню нових фінансових інструментів, що дозволяють вирішувати ключові проблеми фінансів: платоспроможність, ліквідність, прибутковість і оптимальне співвідношення власних і позикових джерел фінансування.

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ**

***М. І. Кук**, студентка напряму підготовки «Економіка підприємства», група 631*

***В. І. Куцик**, к. е. н., доцент кафедри економіки – науковий керівник Львівський торговельно-економічний університет*

Глобальні економічні процеси, які відбуваються в Україні останнім часом все активніше, вимагають інтенсифікації трансформаційних процесів. Сучасна глобалізована економіка створює для суб'єктів господарювання нові вимоги та правила. Тому, надважливим на сьогоднішній день, є вміння правильно адаптуватись до новинок, які пропонуються світовим баченням.

Грамотно обрана стратегія дає можливість підприємству вирішувати будь-які проблеми, які виникають, що безпосередньо стосуються діяльності і забезпечити перспективний розвиток суб'єкта господарювання.

Стратегія управління оборотним капіталом є надважливим питанням сьогодення, оскільки оборотний капітал є необхідною умовою належного функціонування будь-якого підприємства, так само як і стратегія підприємства в цілому – є необхідною умовою будь-якого суб'єкта господарювання. Тому, даній темі приділяли увагу багато вчених-науковців, зокрема: І. Ансофф, Д. Міддлтон, Т. Турманидзе, Б. Пирсон, Н. Томас, О. Ефімов, Т. Григор'єв, Н. Пласков, А. Шеремета, І. Бланк, О. Ковтун, Б. Мізюк, О. Скібицький, Є. Мних, Н. Шморгун, Ю. Цал-Цалко та інші. Однак, незважаючи на велику кількість дослідників, однієї думки вирішення проблеми прийняття ефективної стратегії управління оборотним капіталом немає, тому, за сучасних умов господарювання необхідність продовжувати досліджувати дане питання та здійс-

нювати пошук вирішення пов'язаних з ним проблем неодмінно залишається.

Головне призначення оборотного капіталу полягає в інвестуванні вартості в складові оборотних активів для забезпечення здійснення операційної господарської діяльності [1, с. 274].

Дуже часто підприємства стикаються з банкрутством, коли недостатньо капітальних ресурсів, що не дозволяє їм сплачувати заборгованість. Успішне управління оборотним капіталом дозволяє підприємству сплачувати всі борги. Тому керування оборотним капіталом безпосередньо відповідає за уникнення банкрутства [3].

Суб'єкти господарювання повинні бути готовими до прийняття складних і компромісних рішень під час вибору між декількома конфліктуючими можливостями. Отож, важливим є сформувати етапи прийняття стратегічних рішень щодо управління оборотним капіталом (рис. 1).



Рисунок 1 – Етапи прийняття стратегічних рішень щодо управління оборотним капіталом [2, с. 46]

Отож, успішна реалізація стратегії управління оборотним капіталом забезпечить ефективний кінцевий результат, а отже, і бажаний фінансовий стан. Тому будь-який суб'єкт господарювання зобов'язаний дотримуватись певних етапів, принципів, методів реалізації стратегічних рішень для майбутнього процвітання своєї діяльності на користь суспільству та держави.

### Список використаних джерел

1. Носань Н. С. Сутність та генезис економічної категорії «оборотний капітал підприємства» [Електронний ресурс] / Н. С. Носань,

- В. Г. Мартінович // Електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки», 2017. – № 15. – С. 272–275. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/55.pdf>. – Назва з екрана.
2. Онимченко Т. І. Стратегія управління оборотним капіталом підприємства [Електронний ресурс] / Т. І. Онимченко // Управління розвитком. – 2014. – № 14. – С. 45–47. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8401/1/> – Назва з екрана.
  3. Will Gish International Management: The Importance of Working Capital Management in Avoiding Bankruptcy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smallbusiness.chron.com/importance-working-capital-management-avoiding-bankruptcy-39031.html>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 6. ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ**

---

### **ПРАВОВИЙ РЕЖИМ, ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН**

*Ю. Ю. Піднебесна, студентка спеціальності «Право», група ПР-11*

*С. О. Гладкий, д. ю. н., професор – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Проблема встановлення, застосування та функціонування правових режимів для ефективного врегулювання суспільних відносин є досить актуальною в сучасній юридичній науці. Категорія правового режиму посідає особливе місце в понятійній системі юриспруденції. Вона була вироблена як закономірний результат теоретичного осмислення процесу і механізму правового регулювання суспільних відносин та згодом набула важливого практичного значення. Вивчення природи, сутності, призначення правових режимів та їх взаємодії має важливе значення для правотворчості, правозастосування і правопізнання, що здійснюється з позицій системності (інтегральності).

Правовий режим сьогодні розглядається науковцями як комплексна правова категорія. Закономірно, що її розробкою займалися представники різних галузей юридичного знання. Вивченню правового режиму та його місця в системі правового регулювання суспільних відносин приділяли увагу в контексті проблем загальної теорії права та галузевих юридичних наук відоми вчені, зокрема: С. С. Алексєєв, М. І. Байтін, Д. М. Бахрах, В. М. Горшенєв, В. Б. Ісаков, А. М. Колодій, О. В. Малько, М. І. Матузов, В. Я. Настюк, С. П. Погребняк, П. М. Рабінович, О. С. Родіонов, О. Ф. Скаун, І. О. Соколова, Ю. О. Тихомиров, Є. О. Харитонов та інші. Незважаючи на це поняття «правовий режим» сьогодні можна вважати недостатньо дослідженим як на загальнотеоретичному, так і на галузевому рівнях.

Специфіка правового регулювання залежить від особливостей суспільних відносин, що належать до предмета правового регулювання, правового становища суб'єктів цих відносин та об'єктів, з приводу яких виникає відповідна правова взаємодія, а також деяких інших чинників. Категорія правового режиму

допомагає осмислити складну систему правового регулювання інтегрально і водночас доволі конкретно, адже кожна сфера суспільних відносин, що підлягають правовому регулюванню, має свій неповторний правовий режим як порядок такого регулювання, що зумовлюється дією згаданих вище та інших чинників.

У зазначеному контексті слід зауважити, що оскільки правове регулювання є соціальним явищем, то воно не зводиться лише до велінь держави, а тому правовий режим ґрунтується не тільки на нормах і принципах правового регулювання, а й, насамперед, на закономірностях суспільного розвитку, політичному, економічному, соціальному, культурному устрої суспільства і держави в цілому, правовій політиці держави, її історичному розвитку. Правові режими, зазвичай, безпосередньо відображають важливі елементи правової політики держави.

Фактично правовий режим реалізується через механізм правового регулювання, який є загальним порядком, процесом дії та реалізації права. Правовий режим може передбачати специфічний механізм правового регулювання, його особливий порядок, який спрямований на конкретні види суб'єктів та/або об'єктів права, пов'язаний не стільки з конкретними ситуаціями, скільки з більш широкими соціальними процесами, в рамках яких ці суб'єкти та об'єкти взаємодіють.

Можна зазначити, що правовий режим: по-перше, встановлюється законодавством та забезпечується державою; по-друге, є метою регламентування конкретних сфер суспільних відносин, обмежуючи часом або простором тих чи інших суб'єктів та/або об'єктів права; по-третє, передбачає особливий тривалий порядок правового регулювання, який складається з юридичних засобів; по-четверте, встановлює додаткові форми юридичної відповідальності за порушення норм та вимог відповідних правових режимів.

Таким чином, необхідність застосування певного правового режиму виникає через розвиток нових суспільних відносин. Фактично правовий режим стає особливим правовим інструментом законодавця при формуванні правової системи. Правовий режим врегульовує суспільні відносини (безвідносно до меж окремих галузей права) шляхом обмеження або збільшення обсягу правосуб'єктності, кількості об'єктів права та встановлення особливого механізму правового регулювання.

### Список використаних джерел

1. Бобровник С. В. Правове регулювання суспільних відносин та реалізація права / С. В. Бобровник // *Правова держава. Щорічник наук. пр. Ін-ту держави і права ім. В. М. Корецького НАН України.* – 1996. – Вип. 7. – С. 103–108.
2. Малько А. В. Правовые режимы: общетеоретический и отраслевые аспекты : монография / А. В. Малько. – Москва : Юрлитинформ, 2012. – 416 с.
3. Осипов М. Ю. Понятие и соотношение правового регулирования и правотворчества : монография / М. Ю. Осипов. – Москва : СГУ, 2010. – 221 с.

### ЕКОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

**А. С. Посєва**, студентка спеціальності 081 «Право», група ПР-21  
**Т. О. Харченко**, к. і. н., доцент – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Крім найочевидніших наслідків війни – загибель людей, загальної руйнації та злиднів, погіршення економічного стану країни, – війна загрожує довкіллю. Якщо запитати пересічну людину, коли війни стали впливати на природу, більшість назве ХХ століття, від сили – ХІХ. Якби ж це було так! Історія воєн – це й історія знищення природи. В ІV ст. до н.е. давньогрецький політик Солон при облозі міста Кіппа отруїв річку, що призвело до масової загибелі захисників міста. У Першій Світовій війні німецькі війська стали першими, що застосували хімічну зброю масового ураження проти своїх ворогів. Але якщо раніше основою всіх воєн була фізична поразка військ (хоча для цього й застосовувались екологічні методи), то з другої половини ХХ ст. основою стратегії і тактики воюючих країн з'явилося свідоме руйнування природи на території супротивника – «екоцид». Під визначення «екоциду» згідно з міжнародним правом підпадають факти цілеспрямованого негативно впливу на природне середовище, в тому числі й під час бойових дій. Застосування хімічної зброї теж може бути розцінене як екологічний злочин у випадку масового негативного впливу на природу. У Кримінальному кодексі України (ст. 441) екоцид кваліфікується як масове знищення рослинного або тваринного світу, отруєння атмосфери

або водних ресурсів, а також вчинення інших дій, що можуть спричинити екологічну катастрофу.

4. Норми міжнародного гуманітарного права довгий час не містили прямого регулювання питань захисту довкілля під час війни. Лише в 1976 р. було прийнято Конвенцію про заборону військового чи будь-якого іншого ворожого використання засобів впливу на природне середовище, що мала на меті обмеження способів ведення воєнних дій, що можуть мати наслідком зміну природних процесів, клімату тощо. Україна та Російська Федерація є сторонами згаданої Конвенції як правонаступники СРСР [1]. Також ці держави приєдналися до Конвенції про заборону або обмеження застосування конкретних видів звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних ушкоджень або мають невідбіркову дію (1980 р.), що забороняє застосовувати методи або засоби ведення війни, які мають на меті завдати або, як можна очікувати, завдадуть широкомасштабної довготермінової і серйозної шкоди природному середовищу [2]. У 1990 р. Україною ратифіковано Додатковий протокол (Протокол I, 1977 р.) до Женевських конвенцій, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів і який вперше закріпив норми поведіння із довкіллям під час воєнних дій [3].

5. Останнім часом для України проблема екологічної безпеки актуалізувалася через війну на Сході держави. Цей регіон і до війни був глибоко проблемним з точки зору екостандартів, воєнні ж дії призвели до безпрецедентного загострення проблем довкілля. Згідно Державного реєстру об'єктів підвищеної небезпеки станом на 2013 р. тут було зареєстровано 21 об'єкт класом підвищеної небезпеки від 1 до 2. Пошкодження будь-якого з промислових об'єктів може призвести до вибухів, руйнування складів і сховищ токсичних або сильнодіючих отруйних речовин та інших катастрофічних наслідків. Крім того, на територіях Донецької та Луганської областей, де ведуться бойові дії, знаходиться велика кількість об'єктів природно-заповідного фонду. У цілому, виділяють такі екологічні наслідки воєнних дій на сході України: порушення екосистем та природоохоронних територій; руйнування промислових, екологічно небезпечних об'єктів; погіршення санітарно-гігієнічних показників джерел питної води; забруднення атмосферного повітря; порушення геологічного середовища. Відсутність можливостей екологічного моніторингу на Донбасі, фактична відсутність контро-

люючих органів не дозволяють об'єктивно оцінити шкоду, нанесену довкіллю за період збройного протистояння. Ризики, пов'язані з пошкодженням комунікацій, підприємств, інших об'єктів, що становлять підвищену екологічну небезпеку, мають особливе значення і часто стають непрогнозованими [4].

6. Найважливіша екологічна функція передбачає необхідність напрацювання в сучасних умовах новітніх міжнародних документів, норми яких зобов'язували б світове співтовариство до забезпечення екологічної безпеки під час збройних конфліктів. Розуміємо, що зазначена позиція в сьогоdnішніх умовах та ситуації в Україні може видатися не зовсім своєчасною, проте, на нашу думку, необхідність вирішити наявний збройний конфлікт і водночас забезпечити екологічну безпеку жодним чином не має позбавити нас здатності планувати та прогнозувати наше майбутнє та майбутнє нашої держави в умовах миру, безпеки та стабільності.

7. Україна як зацікавлений суб'єкт міжнародного співробітництва, імплементувавши норми міжнародного права щодо дотримання екобезпеки під час збройних конфліктів, продовжує роботу в цьому напрямку. Зокрема, в «Інструкції про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України» від 23.03.2017 р. зазначено, що з метою запобігання зайвим стражданням та невинуватим жертвам серед цивільного населення, заподіяння великого і довгострокового збитку природному середовищу, пов'язаним із воєнними діями, для сторін, що воюють, встановлюються заборони та обмеження у виборі методів і засобів ведення воєнних дій. До таких, зокрема, віднесені засоби впливу на природне середовище, що має довгострокові серйозні наслідки руйнації, і запалювальні засоби проти цивільного населення і цивільних об'єктів, а також для знищення лісів та іншого виду рослинного покриву, за винятком випадків, зазначених в Основних вимогах Протоколу III «Про заборону або обмеження застосування запалювальної зброї» до Конвенції ООН 1980 року про заборону або обмеження застосування конкретних видів звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних ушкоджень або мають невинуваткову дію» (розділ VII) [5].

8. Загалом оцінюючи стан правового регулювання захисту довкілля під час воєнних дій у національному та міжнародному праві, констатуємо його фрагментарність, конкретні законодавчі



акти є маловідомими, відтак наразі не доводиться вести мову про їхнє ефективне застосування сторонами конфлікту на сході України. Водночас є очевидною необхідність максимального використання найкращих міжнародно-правових практик для проведення інформаційно-роз'яснювальної, активної дипломатичної діяльності з міжнародними партнерами України та в рамках міжнародних організацій і можливого притягнення Російської Федерації до міжнародно-правової відповідальності за шкоду, спричинену довікілью, внаслідок агресії проти України [6].

### **Список використаних джерел**

1. Конвенція про заборону військового чи будь-якого іншого ворожого використання засобів впливу на природне середовище від 18.05.1977 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 277.
2. Конвенція про заборону або обмеження застосування конкретних видів звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних ушкоджень або мають невибіркову дію від 10.10.1980 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995\\_266](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_266). – Назва з екрана.
3. Про ратифікацію Додаткового протоколу до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується прийняття додаткової відмітної емблеми (Протоколу III): Закон України від 22.10.2009 р. № 1674-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 41. – Ст. 27.
4. Питання діяльності Міністерства з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 20.04.2016 р. № 299. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248982208>. – Назва з екрана.
5. Інструкція про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України від 23.03.2017 № 164 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0704-17>. – Назва з екрана.
6. Донбас треба рятувати від перетворення на пустелю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/donbastreba-ryatuvaty-vid-peretvorennya-na-pustelyu>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 7. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ**

---

### **PECULIARITIES OF POETRY TRANSLATION FROM ENGLISH (BASED ON THE POEMS BY HELEN MORT)**

*K. I. Dashko, student majoring in "Philology", group Phil-21*

*T. H. Korol, scientific supervisor, associate professor of the Department of the Ukrainian and Foreign Languages, PhD Higher Educational Establishment of Ucoopspilka "Poltava University of Economics and Trade"*

Poetic text is righteously considered to be one of the most complicated research objects in the field of modern Translation Studies. In particular, the criteria to be used for poetic translation quality evaluation are still underdeveloped. So our current research was aimed at gaining better understanding of the indices contributing to the high quality of poetry translation and their uses as the target text assessment criteria. Taking into account a strong demand for the translation of modern English poetry we have chosen Helen Mort and her poems as the subject of our research. Here it should be noted that she is one of the most prominent modern British poets and her poems have never been translated into Ukrainian and only few attempts of their Russian translations were found as well.

The conducted analysis of current studies revealed the following requirements to proper poetry translation: it should preserve the pragmatic aspect of the source text (retain its aesthetic and emotional influence in the target text), author's intentions and ideas, fully render the source text (ST) content and meaning, and, finally, reproduce its poetic form. For more detailed consideration of these criteria we examined and translated 2 poems by Helen Mort ('Scale' and 'There is always a cake...') into both Ukrainian and Russian. Our research involved two methods of translation quality evaluation, such as linguistic analysis and sociological survey. Linguistic analysis included the studies and comparison of the semantic, syntactic and stylistic levels of the ST and target texts (TT). Sociological survey involved 38 students of our department prospective translators and interpreters. At the semantic level the rendition of the key words and their denotative meanings were compared in 4 translations. All the poems demonstrated high quality of denotative meaning rendition in the translation. According to the survey results

Ukrainian version of the poem 'There is always a cake...' was more precise from the point of view of vocabulary rendition (58 % of respondents), while in case of the poem 'Scale' – Russian translation dominated with 61 % of answers. Syntactic level analysis was focused on the checking up the retention of speech part correlation in the ST and TT that contributes to author's style rendition. Also from stylistic point of view metaphor, personification, simile and allusion of 'Alice in Wonderland' are found in the ST 'There is always a cake...'. Linguistic analysis of four translations revealed all these stylistic devices but transformed and changed to some extent in the produced and analysed TT.

Survey results proved the appropriate rendition of these stylistic devices in both TT as well.

According to the survey the most important criterion of good poetic translation appeared to be having pleasant sound, rhyming and easiness in perception (63 % of respondents on the poem 'Scale' and even more 76 % for 'There is always a cake...'). This index corresponds to the requirement of poetic form reproduction that is the most complicated in verse translation. It should be mentioned that these results completely correlate with the results received last year for the translation of the poem by G. G. Byron. This index corresponds to the requirement of poetic form reproduction that is the most complicated in verse translation. The second place is taken by the rendition of the poem emotional background (nearly 58% for the poem 'Scale' and 71 % for the second one). This requirement corresponds to the retention of author's ideas and intentions and contributes to the requirement of pragmatic equivalence. Here we completely agree with the respondents since H. Mort's poems represent emotions sketched with the help of either routine or extraordinary poetic images. Last year this criterion took minor positions in poetic translation evaluation maybe because of the poem style. The third place belongs to the easiness of poem perception (55 % for each poem) which contributes to the requirement of poetic form retention. It's interesting that semantic aspect and content preservation were put only into the fourth place (53 % and 47 % respectively). And it's necessary to agree with our audience, since emotion and image are the main values in the poems by H. Mort translated and analysed. They are static by nature, usually lacking motion and plot development, since deal with atmosphere and impression first of all.

About 53 % and 61 % of the surveyed students preferred Ukrainian translations of the poem ‘There is always a cake...’ and ‘Scale’ respectively. It should be noted here that they steadily outperformed Russian versions according to the leading criteria of poetic quality evaluation singled out and commented above. These facts provide enough evidence for the relevance and demand for Ukrainian poetic translations of modern poetry nowadays. It’s still necessary to note that Russian versions of the poems also got rather high marks of the public.

It is a well-known fact that poetic text is polysemantic by nature and can be multiply interpreted by the reader and translator. It was proved by the results of the survey where two poems and their translations were represented in the minds of our respondents with a versatile colour scheme.

### References

1. Abbasi, J. & Manafi A. (2004). “Strategies of Poetry Translation: Reconstructing Content and Form”. Translation Studies, Vol. 1.
2. Landers, C. E. (2000). Literary Translation: A Practical Guide. London: New Jersey City University Press.

### ABBREVIATION IN THE MODERN ENGLISH LANGUAGE

**V. S. Denisenko**, student of the group PHIL-21 majoring in Philology  
**N. S. Sukhachova**, scientific advisor, Candidate Philological Sciences

*Higher Educational Establishment of Ukoopspilka “Poltava University of Economics and Trade”*

The modern pace of life demands to convey a great bulk of information as quickly as possible, saving the space written. For that reason, abbreviation has a high degree of productivity in modern languages, especially in official-business, scientific and technical styles. In some types of texts the abbreviation can make up 50 % of all word uses and 15 % of the vocabulary.

The *purpose* of the present work is to investigate the peculiarities of abbreviations, to analyze the dynamics of the experimental work.

To achieve the above mentioned purpose the following *objectives* are established: to study the theoretical linguistic material and the latest data on the lexicological facts and phenomena; to give the complete classification of abbreviation; to present the reasons for

high productivity of abbreviation; to study the top abbreviation and analyze them using qualitative analysis, according to their word-building type.

In the present paper there were used such *methods* of scientific research as analysis, synthesis and learning the latest linguistic resources.

The *novelty* of this article is that abbreviation is one of the developing branches of lexicology nowadays closely connected with the development of modern informational technologies. It reflects the general trend of simplification of a language.

The multilingual, web-based encyclopedia project Wikipedia provides a detailed definition runs as follows: **Abbreviation** (from – Latin brevis, meaning short) is a shortened form of a word or phrase. It consists of a group of letters taken from the word or phrase. For example, the word abbreviation can itself be represented by the abbreviation abbr., abbrev., or abbrev.

According to the research of the American linguist *Garland Canon* abbreviations as words produced by shortening the immediate constituents of phrasal terms up to their initial letters are subdivided into 5 groups: acronyms, alphabetic, compound, graphic and Latin abbreviations.

An **acronym** is usually formed by taking the first initials of a phrase or compounded word, e.g.: *UNO* (< *United Nations Organization*), *UNESCO* (< *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*), *NATO* (< *North Atlantic Treaty Organization*), *SALT* (< *Strategic Arms Limitation Talks*), and so on.

**Alphabetic abbreviation** is a special kind of abbreviation in which letters get their full individual alphabetic pronunciation, rather than a phonetic pronunciation, and a full stress, e.g.: *USA* (< *the United States of America*), *B.B.C.* (< *the British Broadcasting Corporation*), *M.P.* (< *Member of Parliament*), and further on. Alphabetic abbreviations are sometimes used for famous persons' names, for instance: *B.B.* (< *Brigitte Bardot*), *F.D.R.* (< *Franklin Delano Roosevelt*), *G.B.S.* (< *George Bernard Shaw*), etc.

**Compound abbreviations** are those in which the first IC (immediate constituent) is a letter (or letters) and the second one is a complete word, e.g.: *V-day* (< *Victory day*), *Z-hour* (< *zero hour*), *L-driver* (< *learner-driver*), and further on. One or both ICs of compound abbreviations may be clipped, for example: *StarLinkTM* – an insect-resistant variety of corn, *X-ray*, etc.

**Graphical abbreviation** is the result of shortening of words and word-groups only in written speech while orally the corresponding full form is used. There are several semantic groups of them: a) *days of the week*, e.g. *Mon – Monday, Tue – Tuesday etc.* b) *names of months*, e.g. *Apr – April, Aug – August etc.* c) *names of countries in UK*, e.g. *Yorks – Yorkshire etc.* d) *names of states in USA*, e.g. *Ala - Alabama, Alas - Alaska etc.* e) *forms of address*, e.g. *Mr., Mrs., Ms., Dr. etc.* f) *military ranks*, e.g. *capt. – captain, col. – colonel, sgt. – sergeant etc.* g) *scientific degrees*, e.g. *B.A. – Bachelor of Arts etc.* h) *units of time, length, weight*, e.g. *f. /ft -foot/feet, sec. – second, in. – inch, mg. milligram etc.*

**Latin abbreviation** continued to be used due to their precise simplicity and also Latin's status as a learned language. The most common Latin words are still in use. For instance: *i.e. (id est) – that is, a.m. (ante meridiem) –in the morning, e.g. (exempli gratia) – for example*, and further on.

We investigated the aspects of abbreviations such as the results of abbreviating. We also revealed various types of abbreviations as follows: acronyms; alphabetic, compound, graphic and Latin abbreviations. The studying of the abbreviation phenomenon in the English language is immensely important in the process of learning a foreign language by a future specialist, especially philologists or translators. It will help training future specialists as competent professionals, ready to take part in an international cooperation and formation of a new attitude to Ukraine in Europe and the whole world as well.

## References

1. Белозьоров М. В. Аббревіатури-неологізми в англійській мові та їх переклад на українську (на матеріалі економічних скорочень) // Вісник Сумського державного університету. Серія філологічні науки – Суми, 2001 – № 5 (26) – С. 9–13.
2. Люта А. А. Словотворчі моделі англійських скорочень та аббревіатур / А. А. Люта // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія «Мовознавство». – № 11. – 2015. – Вип. 21 (3) – С. 79–83.
3. Кобякова І. К. Скорочення в сучасній англійській мові: способи утворення та особливості функціонування [Електронний ресурс] / Кобякова І. К., Філіпева Д. С. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/13019/1/4.doc>. – Назва з екрана.

4. Causes and tendencies of English abbreviations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gendocs.ru/v12499/causes\\_and\\_tendencies\\_of\\_english\\_abbreviations](http://gendocs.ru/v12499/causes_and_tendencies_of_english_abbreviations). – Назва з екрана.
5. Encyclopedia Britannica / Britannica, 2012 Ultimate Reference Suite [2012, ENG] Год выпуска : 2012. Издатель : Encyclopaedia Britannica (UK) Ltd. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3943631>. – Назва з екрана.

## ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІСЕМАНТИЧНИХ ЗНАЧЕНЬ ФРАЗЕОГІЧНИХ ЗВОРОТІВ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

**Е. О. Ільченко**, студентка напрямку підготовки «Філологія», група Філ-11

**О. Ю. Тулиця**, к. філол. н., доцент кафедри української та іноземних мов – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

До проблеми вивчення полісемії фразеологізмів зверталось багато мовознавців. Як це не дивно, але ще недавно побутувала теза про те, що фразеологізмам не властива багатозначність. І це вважалося однією з відмінних рис фразеологізму від слова. Помилковість такої постановки питання настільки помітна, що явище полісемії у сфері фразеології почало привертати увагу дослідників. Багатозначність фразеологізмів першими помітили лексикографи. Характерною рисою сучасної лексикографії є фіксація полісемантичних фразеологізмів на сторінках як фразеологічних, так і загальномовних словників. Основна увага дослідників зосереджена на вивченні семантичної структури фразеологізмів, процесу розмежування, понять полісемія – омонімія, методів такого розмежування, шляхів розвитку значень у полісемантичних одиниць.

Розширення семантичної структури фразеологізмів пов'язують з їхньою здатністю до переосмислення, до семантичних зрушень. Процес утворення вторинно-метафоричних значень на основі полісемантичних фразеологізмів неважко продемонструвати на таких прикладах: *sich aufs Ohr legen*: а) піти на бокову, лягти спати; б) ледарювати; *jmdm auf die Beine helfen*: а) вилікувати, поставити на ноги; б) допомогти подолати (фінансові) труднощі.

Утворення полісемантичних одиниць шляхом паралельного семантичного зрушення – це процес, у результаті якого на основі переосмислення того самого змінного словосполучення виникають нові значення, викликані актом метафоризації. Такі значення полісемантичного фразеологізму характеризуються однорідністю, тобто вони не відносяться одне до одного як основне і похідне, чи первинне і вторинне. Семантика цих фразеологізмів виявляє однаковий ступінь абстрактності. З цього приводу В. Жуков висловив цікаву думку: «Внаслідок цього смислова структура багатозначного фразеологізму характеризується певною однорідністю, рівнозначністю окремих значень, оскільки у більшості випадків важко або зовсім неможливо визначити, яке значення є основним, а яке – похідним. Наприклад, (рос.) “*пот разевать*” має два значення: 1) говорити і 2) дивуватися. Вони рівноправні, одне не походить від іншого, бо його не передбачає. І перше, і друге значення характеризуються різним предметно-логічним віднесенням, виражають різні поняття» [3].

Прикладами паралельного семантичного зрушення можуть служити і такі полісемантичні німецькі фразеологізми: *auf den Hand kommen* – а) доходити до ручки; опуститися; низько впасти (про особу); б) занепадати (про неособу); *j-m die Hand bieten (reichen, leihen)* – а) подати руку кому-н. (в знак примирення); б) простягти кому-н. руку допомоги; допомогти кому-н; *Blut (und Wasser) schwitzen* – а) стікати кров'ю, слабнути, знемагати; б) боятися, відчувати смертельний страх.

Значення полісемантичних фразеологізмів розрізняються чи виявляються за допомогою спільних прийомів, таких, власне, як предметно-логічний зміст, дистрибутивне оточення, синтактико-морфологічна характеристика.

Дослідження фразеології сучасної німецької мови – це не лише вивчення нових лексичних одиниць (пошук адекватного перекладу, метафоричних значень та ін.), а й ознайомлення з лінгвокраїнознавчим матеріалом. Фразеологізми виокремлюються серед характерних словосполучень, бо вони мають своє соціальне, національне підґрунтя, яке характеризує того, хто є мовцем, носієм слова. Своїми коренями фразеологізми сягають у глибину історичних періодів розвитку мови. Вони є органічними складниками в системі мови, надаючи їй своєрідний національний колорит, конкретну специфіку. Ці особливості можуть бути предметом нашого подальшого дослідження.



### **Список використаних джерел**

1. Бинович Л. О. многозначности идиом // Иностранные языки в школе / Л.З. Бинович. – 1952. – № 5.
2. Бобинець С. С. Перші українські інтерпретації творів Ф. Шіллера // Радянське літературознавство / С. С. Бабинець, М. І. Зимомря. – 1978. – № 11.
3. Жуков В. П. О сопоставлении многозначности фразеологической единицы с многозначностью слова / В. П. Жуков // Проблемы устойчивости и вариативности фразеологических единиц : материалы межвузовского симпозиума. – Тула, 1968.

## **СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ**

---

### **ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КНИЖКОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ ІМЕНІ ІВАНА ФЕДОРОВА**

*А. С. Панасенко, студентка спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД-11і*

*Т. В. Оніпко, д. і. н., професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Книжкова Палата України імені Івана Федорова – державна наукова установа у сфері видавничої справи та інформаційної діяльності. Ця установа була започаткована 24 січня 1919 р. згідно з Законом «Про утворення Головної Книжної Палати в м. Києві», який підписав Голова Ради Народних Міністрів УНР Володимир Винниченко за поданням Міністра Народної Освіти професора Івана Огієнка.

Нині Книжкова Палата України здійснює такі функції:

- державну бібліографічну реєстрацію та централізовану каталогізацію всіх без винятку видів видань, випущених в Україні;
- забезпечує впровадження системи ISBN, надає ідентифікатори видавцям, а також виробникам окремих видів аудіо-, візуальної, аудіовізуальної продукції і визначає відповідні номери ISBNs; цей вид діяльності Книжкова Палата України здійснює на підставі Угоди про співробітництво з Міжнародним агентством ISBN, підписаної 13 січня 1996 р.;
- збирання та використання адміністративних даних, які характеризують динаміку та стан у видавничій справі;
- аналіз тенденцій розповсюдження видавничої продукції, вивчення книжкового ринку, його регіональних особливостей;
- розробку та обґрунтування короткострокових і довгострокових прогнозів розвитку видавничої та бібліографічної справи в Україні;
- наукові дослідження в галузі бібліографії, книгознавства, консервації та реставрації документів;

- створення і видання поточних, кумулятивних і ретроспективних бібліографічних покажчиків, реферативних журналів і науково-аналітичних оглядів, друкованих карток;
- розробку та експлуатацію бібліографічних баз даних і мереж бібліографічної інформації;
- організацію книгообміну.

Книжкова Палата України підпорядковується центральному органу виконавчої влади, який забезпечує проведення державної політики з питань масової інформації та видавничої справи. Таким органом є Кабінет Міністрів України.

На Книжкову Палату України покладено функції з комплектування і збереження повного і недоторканного фонду Державного архіву друку – головного сховища всіх видів видань, випущених в Україні. Фонди друкованої продукції і бази даних Книжкової палати України перебувають під охороною держави та є її власністю.

Книжкова Палата України в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, одержує безоплатні та платні обов’язкові примірники всіх видань, випуск яких здійснюється суб’єктами видавничої справи в Україні, і надає інформацію про це через засоби масової інформації та надсилає її в управління преси та інформації обласних державних адміністрацій.

Однією з особливостей діяльності Книжкової Палати України є те, що вона має власні друковані видання. До них належать бібліографічні покажчики: «Літопис книг»; «Літопис газетних статей»; «Літопис книг»; «Літопис газетних статей»; «Літопис журнальних статей»; «Літопис авторефератів дисертацій»; «Літопис образотворчих видань»; «Літопис картографічних видань»; «Літопис рецензій»; «Літопис нот».

Разом з цим Книжкова Палата України видає науково-практичний журнал «Вісник Книжкової палати», видавничо-бібліографічний покажчик книг і брошур «Нові видання України», статистичні збірники «Друк України» і «Календар знаменних і пам’ятних дат».

Таким чином, фонд Книжкової Палати України є частиною культурної спадщини України. Важливим завданням є збереження документів цього фонду не тільки традиційними способами консервації, а й шляхом переведення на електронні носії інформації та забезпечення доступу до них через Інтернет.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Книжкової Палати України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>. – Назва з екрана.
2. Савченко М. Книжкова Палата України імені Івана Федорова – підсумки і перспективи [Електронний ресурс] / Савченко М. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis\\_64.exe?...2...PDF/...pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?...2...PDF/...pdf). – Назва з екрана.

### АВТОМАТИЗОВАНІ БАНКІВСЬКІ СИСТЕМИ ТА РІВНІ ЇХ ОПИСУ

**Ю. Ю. Карпенко**, студентка напряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД-41

**Т. М. Білоусько**, к. е. н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сьогодні банківська діяльність є однією з найбільш сприятливих сфер для впровадження інформаційних технологій [1]. Швидка обробка потоків інформації є одним із головних чинників, що впливають на прийняття управлінських рішень та на ефективність банківської діяльності загалом.

Автоматизована банківська система (АБС) – це ціле системно-технічне середовище, яке включає системну складову програмного забезпечення і апаратні засоби [2]. Автоматизовану банківську систему можна визначити як систему, що функціонує на базі засобів обчислювальної техніки, які зв'язані між собою локальною чи глобальною мережею передачі даних і забезпечують процес збору, введення, передачі, обробки, збереження, поновлення даних для вирішення проблем управління діяльністю банку.

АБС, як будь-яка автоматизована система, складається з функціональної і забезпечувальної частин, які, в свою чергу, поділять на підсистеми, комплекси програм чи АРМ. Забезпечувальна частина має надати всі види ресурсів, що необхідні для експлуатації системи. До складу забезпечувальної частини АБС входять підсистеми технічного, математичного, інформаційного, організаційно-правового та лінгвістичного забезпечення.

До складу функціональної частини відносять[2]:

- автоматизацію внутрібанківської діяльності, і насамперед внутрібанківських операцій, пов'язаних з обробкою платіжних та інших документів у тих підрозділах банківської установи, які працюють безпосередньо з клієнтами;
- автоматизацію виконання міжбанківських розрахунків та інших зовнішньо-банківських операцій;
- автоматизацію фінансових операцій в межах міжнародного банківського бізнесу.

У діяльності сучасних банківських установ можна виділити компоненти, що у випадку автоматизації можуть стати елементами та складовими частинами АБС, – це фронт-офіси та бек-офіси [3].

Фронт-офіси – це компоненти системи, що призначені для введення первинної інформації, автоматизації праці банківських працівників на робочих місцях та безпосередньої взаємодії з клієнтами чи контрагентами банку. Наприклад, видача кредиту починається з роботи модуля фронт-офісу, а саме автоматизованого складання кредитної угоди.

Бек-офіси – це компоненти, що призначені для синтетичного та аналітичного бухгалтерського обліку документів, операцій чи угод, отриманих від фронт-офісів. Наприклад, функція бухгалтерського обліку виданого кредиту буде задачею модуля бек-офісу.

Виділяють три рівні АБС[3]:

- 1) рівень предметної області;
- 2) прикладний рівень;
- 3) рівень системно-технічної середовища.

Верхній рівень являє собою предметну область банку – область чистої економіки, управління і фінансів. Ця складова найбільш важлива для функціонування банку.

Нижній рівень являє системно-технічне середовище організації, відображає програмно-апаратну інфраструктуру АБС. Інфраструктура має довготривалий характер, створюється на багато років вперед і вимагає значних капітальних витрати на її створення.

Прикладна програмна складова експлуатованих АБС являє взаємозалежні функціональні підсистеми, забезпечують рішення завдань організації і досягнення її цілей. Ця складова являє центральну частину автоматизованої системи.

Отже, автоматизована банківська система – це система, яка функціонує на основі ЕОМ та інших технічних засобів, що забезпечують процеси збору, реєстрації, передачі, обробки, збереження та актуалізації даних для розв’язання завдань управління банківською діяльністю. Автоматизована банківська система повинна бути інтегрованою. Інтегрована – це така система, що побудована на загальносистемних принципах й охоплює всю сукупність банківських задач.

### Список використаних джерел

1. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 2001. – № 5–6. – С. 30. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>. (дата звернення: 15.04.2018). – Назва з екрана.
2. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 1991. – № 48. – С. 620. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. (дата звернення: 15.04.2018). – Назва з екрана.
3. Титоренко Г. О. Автоматизовані інформаційні технології в банківській діяльності / Г. О. Титоренко // Автоматизовані інформаційні технології : навч. посіб. – Київ : ЮНІТІ, 2014. – С. 33.

## МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Н. В. Дробець**, студентка напряму підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД-41

**Л. М. Колєчкіна**, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Здійснення маркетингової діяльності базується на використанні різноманітної інформації, необхідної для прийняття ефективних управлінських рішень. Вважається, що «рецепт для хорошого вирішення – 90 % інформації й 10 % натхнення».

Інформаційна підтримка в системі маркетингового управління підприємства має ключове значення, оскільки будь-яка маркетингова діяльність базується на знанні конкретної ситуації, що склалася на ринку. Більшість маркетингових досліджень і заходів самі по собі є інформаційними.

Інформаційна підтримка – один з найбільш часто використовуваних важелів розвитку підприємства, при якому підвищення

товарообігу і прибутковості підприємства здійснюється не за рахунок економічних інвестицій або технологічних переворотів, а впливу інформації в будь-якому її вигляді.

Мета використання маркетингової інформаційної підтримки полягає в зменшенні невизначеності в процесі прийняття управлінських рішень. Це потребує збирання, передачі, зберігання, обробки і видачі значних обсягів різноманітної за характером інформації. Тому маркетингову діяльність потрібно розглядати як частину об'єктивно існуючого і постійно функціонуючого інформаційного процесу.

Маркетингову інформаційну підтримку можна визначити як сукупність процедур і методів, розроблених для створення, аналізу й розповсюдження інформації для випереджуючих маркетингових вирішень на регулярній постійній основі.

Мета маркетингу комерційної діяльності підприємства – створення системи випереджаючого оперативного відображення виробництвом запитів ринку.

Інформаційна підтримка маркетингу має ключове значення для підприємства, оскільки її відсутність або неточність може призвести до значних економічних та стратегічних помилок.

За допомогою інформаційної підтримки маркетингу комерційні працівники, керівники підприємств одержують необхідну інформацію про те, які вироби і чому хочуть купувати споживачі, про ціни, що споживачі готові заплатити, про тім, у яких регіонах попит на дані вироби (тобто місткість ринку) найбільш високий, де збут продукції підприємства може принести найбільший прибуток. За допомогою маркетингу визначається, у які види виробництва, яку галузь найбільше вигідно вкласти капітал, де заснувати нове підприємство.

Інформаційна підтримка маркетингу також дозволяє комерційному підприємстві зрозуміти, яким образом виробник, підприємство повинне організовувати процес збуту своєї продукції, як треба проводити кампанію по просуванню на ринку нових виробів, будувати стратегію реклами і т. п. Маркетингова інформаційна підтримка дозволяє розрахувати різні варіанти ефективності витрат на виробництво і реалізацію виробів і послуг, визначити, які види продукції, продані конкретному споживачу у визначеному регіоні, принесуть найбільшу віддачу на кожен карбованець, вкладений у виробництво, транспортування, збереження, рекламу, збут.

Основні принципи маркетингу комерційної діяльності на підприємстві:

✓ Ринкова орієнтація комерційної діяльності з максимальним урахуванням факторів впливу ділового середовища, тенденцій, закономірностей.

✓ Виділення пріоритетів комерції в рамках соціальної орієнтації бізнесу з активним використанням маркетингових і логістичних інструментів.

✓ Матеріальна зацікавленість і корпоративна відповідальність за прийняті зобов'язання перед замовниками, партнерами, інвесторами, представниками ділових кіл громадськості.

✓ Обґрунтування венчурних бізнес-проектів на основі маркетингових досліджень в області інновацій та системної оцінки сукупних ризиків.

✓ Створення згуртованої корпоративної команди виконавців за рахунок формування соціально-ділової активності з використанням фірмового стилю, культури організації, мотиваційних програм, стандартів обслуговування.

Отже, інформаційна підтримка маркетингу – необхідний засіб просування до успіху, тому не потрібно боятися витрат на неї – вони завжди компенсуються з прибутком.

### **Список використаних джерел**

1. Дубницький В. М. Маркетинг і економічні аспекти інформатизації підприємств / Дубницький В. М. // Торгівля і ринок України. – Донецьк : Знання, 2014. – 270 с.
2. Старицька О. П. Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств / Старицька О. П. – 2015. – 355 с.

## **СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

**Ю. В. Пашенко**, студентка напрямку підготовки «Документознавство та інформаційна діяльність», група ДІД-41

**Т. М. Білоусько**, к. е. н., доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ефективність управління державних органів у сучасних умовах значною мірою залежить від вирішення завдань оператив-



ного створення електронних документів, контролю за їх виконанням, від організації збереження, а також пошуків і використання [1]. Задля забезпечення цих завдань в країні створено підприємство «Державний центр інформаційних ресурсів України», яке є державним унітарним підприємством і діє як державне комерційне підприємство, засноване на державній власності. Підприємство почало свою роботу з наказу № 58 від 20 квітня 2000 року Державного комітету зв'язку та інформатизації України з метою задоволення потреб держави і суспільства в розвитку і впровадженні новітніх інформаційних технологій в Україні [2].

Основні напрями діяльності:

- здійснення науково-технічної діяльності у сфері інформатизації та інформаційних технологій;
- формування системи національних інформаційних ресурсів, створення загальнодержавних та відомчих мереж інформаційного забезпечення, розроблення і впровадження нових загальнодержавних, галузевих та інших автоматизованих інформаційних та інформаційно-аналітичних систем підтримки діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- підтримка та адміністрування загальнодержавних баз даних та інших інформаційних систем;
- розробка та супроводження проєктів у сферах розбудови інформаційного суспільства, впровадження та дослідження технологій електронного урядування та електронної демократії;
- координація регіональних проєктів з електронного урядування;
- формування пропозицій щодо типових рішень систем документообігу в органах державної влади на центральному та регіональному рівнях [3].

На офіційному сайті розміщена інформація про роботу системи електронної взаємодії органів виконавчої влади версія 2.0 (СЕВ ОВВ версія 2.0), яка призначена для автоматизації процесів створення, відправлення, передавання, одержання, оброблення, використання, зберігання, знищення електронних документів та копій паперових документів в електронному вигляді з використанням електронного цифрового підпису які не містять інформацію з обмеженим доступом, та контролю за виконанням актів, протокольних рішень Кабінету Міністрів України та інших документів.

Головною метою створення Системи є:

- створення єдиного інформаційного простору для реєстрації, приймання, аналізу та зберігання організаційно-розпорядчих документів органів виконавчої влади в електронному вигляді з застосуванням ЕЦП;
- підвищення ефективності та оперативності прийняття управлінських рішень;
- посилення контролю за обробкою, виконанням і зберіганням організаційно-розпорядчих документів органів виконавчої влади в електронному вигляді;
- скорочення витрат державного бюджету за рахунок переходу на без паперовий обмін документами між органами виконавчої влади;
- створення передумов для переходу на електронний міжвідомчий документообіг з використанням виключно електронного документу [3].

Отже, система електронної взаємодії органів виконавчої влади версія 2.0 є зручною платформою для обміну документами, за допомогою якої істотно підвищується ефективність управлінської діяльності, прискорюється рух документів в організації та зменшується трудомісткість опрацювання документів та затрати часу, що є нагальною проблемою управлінської діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Про державну таємницю [Електронний ресурс] : Закон України від 21 січня 1994. – № 3855-ХІІ. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення 27.03.2018). – Назва з екрана.
2. Питання впровадження системи електронної взаємодії органів виконавчої влади [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2011. – № 1363. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua> (дата звернення 27.03.2018). – Назва з екрана.
3. Державне підприємство «Державний центр інформаційних ресурсів України. – Режим доступу: <http://dir.gov.ua> (дата звернення 16.04.2018). – Назва з екрана.

## УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ САЙТІВ ВНЗ

**М. М. Недобосєв**, студент напряму підготовки «Комп'ютерні науки», група 351

**А. В. Костенко**, к. ф.-м. н., доцент кафедри комп'ютерних наук – науковий керівник  
*Львівський торговельно-економічний університет*

Однією з особливостей сучасного навчального процесу є стрімке зростання обсягів використання інформаційних ресурсів Інтернет. Найчастіше ці ресурси студенти використовують у наступних випадках:

1. Доступ до навчального матеріалу (тексти/конспекти лекцій, плани практичних та семінарських занять, завдання з лабораторних робіт й інші матеріали, які пов'язані з темою тієї чи іншої навчальної дисципліни).

2. Отримання інформації про організацію навчального процесу (розклади проведення занять та консультацій, наявність вільних аудиторій для самостійної роботи, можливість визначення місця та часу перебування певного викладача в аудиторії з метою отримання додаткової консультації).

Слід зазначити, що навчальні матеріали студент може отримати як із сайту свого вишу, так і зі сайтів інших навчальних закладів або тематичних сайтів, а от інформація про організацію навчального процесу стає доступною лише при реалізації такої можливості на сайті ВНЗ, у якому навчається студент.

Аналіз сайтів ВНЗ показав, що багато з них тією чи іншою мірою надають таку інформацію. До сайтів із добре організованим доступом до інформації про заняття слід віднести, наприклад, сайти таких ВНЗ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» [1], Львівський Національний університет «Львівська політехніка» [3], Полтавський університет економіки та торгівлі [2]. Але багато українських вишів мають на сайтах лише розклади занять, та й ті у текстових форматах, що набагато ускладнює вибір із наявної інформації про навчальний процес потрібних користувачу підмножин.

Для удосконалення сайту ЛТЕУ ректорат поставив перед нами завдання розробки програмного забезпечення для реалізації автоматизованого аналізу розкладу занять.

На даний момент нами реалізовано пілотний проект «Розклад занять факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій» [4].

При здійсненні пілотного проекту нами:

1. Стуктуризовано та реалізовано у середовищі MySQL базу даних «Розклад занять».

2. Засобами PHP та Javascript із використанням підходу AJAX розроблено та реалізовано web-застосування:

а) TimetableEdit – наповнення та редагування інформації у базі даних «Розклад занять»;

б) Timetable – відображення на web-сторінці розкладу за обраними користувачем критеріями.

Застосування TimetableEdit унеможлиблює:

1. Використання тієї самої аудиторії для двох різних академічних груп.

2. Призначення одній академічній групі одночасно двох різних занять.

3. Скерування викладача на два різних заняття одночасно.

4. Призначення проведення пари в аудиторії, у якій кількість місць є меншою за кількість студентів у групі.

Застосування Timetable дозволяє:

1. Переглянути розклад для вказаної користувачем групи.

2. Вивести розклад аудиторної роботи викладача, обраного користувачем.

3. Отримати перелік вільних аудиторій у вказаній користувачем день тижня та номер пари.

Тестування пілотного проекту проведено при реалізації розкладу занять факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій на другий семестр 2017–2018 навчального року.

### **Список використаних джерел**

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rozklad.kpi.ua/Schedules/ScheduleGroupSelection.aspx>.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://schedule.puet.edu.ua/>
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lp.edu.ua/rozklad-dlya-studentiv>.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rox.ltd.ua/LTleU/timetable/>

## **СЕКЦІЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

---

### **ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

**О. А. Бойко**, студент наряду підготовки «Міжнародні економічні відносини», група 281

**О. Є. Шайда**, к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

Міжнародний бізнес являє собою реалізацію ділових операцій більш ніж з однією країною. В результаті ведення міжнародного бізнесу досягаються економічні або технологічні переваги шляхом здійснення міждержавних ділових операцій, наприклад, продаж товару іншій країні, або налагодження виробництва товарів фірмою однієї країни в іншій. Це дозволяє отримувати фірмам більше переваг, ніж якщо б вони функціонували у межах національної економіки. Ведення міжнародної економічної діяльності дозволяє використовувати переваги від місця розташування (пошук більш дешевих та якісних факторів виробництва) та розширення ринку продажів і обслуговування клієнтів.

Фірмам, які займаються міжнародною економічною діяльністю, треба враховувати специфічні риси ведення міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. По-перше, потрібно здійснювати величезні операції. Ця умова є необхідною, бо спочатку товари повинні постачатись на місцеві ринки, а вже потім буде відбуватись експорт на міжнародні ринки. По-друге, світ переживає глобалізацію економіки. Часто використовуються фінанси, інфраструктура та робоча сила з інших країн, і фірми з різних держав працюють над виготовленням однієї продукції. По-третє, необхідно бути готовим до конкуренції. Хоча країни з розвинутою економікою панують на світовому ринку, навіть вони бояться конкуренції. Оскільки глобальний бізнес є чутливим до будь-яких змін, треба, щоб фірма слідувала за економічною політикою, оперативно реагувала на зміни в політичному та технологічному середовищі.

Глобалізація перетворила світовий ринок на комплексний та багаторівневий ринок, де сформувались певні правила та почали розвивати свою активність нові учасники міжнародної економічної діяльності – міжнародні та транснаціональні корпорації (ТНК). Вплив ТНК на споживачів, загальний стан ринку, соціальне та політичне життя є дуже великим. За розрахунками Світового банку та МВФ, близько 65 % світової торгівлі знаходиться в руках 40 тис. ТНК та їх іноземних філіалів. Зростання ТНК сприяє розширенню міжнародної інвестиційної діяльності на руху капіталу в світі.

Ключовою тенденцією сучасного міжнародного бізнесу є використання новітніх інформаційних та технологічних ресурсів. Завдяки цьому бізнес може в багато разів збільшити ефективність своєї роботи. Переваги, які отримуються з використанням інформаційних технологій: можливість управляти бізнес-процесами безпосередньо з офісу; охоплення всі ринків капіталу, робочої сили, товару та інформації, в якій зацікавлений підприємець; діяльність може здійснюватись в режимі реального часу. Найпоширенішою та найдоступнішою інформаційною технологією являється Інтернет, що надає учасникам міжнародної економічної діяльності здатність контролювати процеси функціонування підприємств, які знаходяться в різних куточках планети. Також з розвитком інтернет-індустрії почав спостерігатись процес «віртуалізації ринку» – здійснення торгівлі між суб'єктами за допомогою Інтернету. На даний час в світі вирізняються декілька інтернет-компаній, які займаються цією індустрією: Google Inc. (виторг близько 70 млрд дол. США), Amazon.com (виторг 136 млрд. дол. США), eBay Inc. (близько 10 млрд дол. США) та інші. Ще однією особливістю розвитку міжнародного бізнесу є використання нової парадигми менеджменту, в основу якої включено організаційну культуру, вибір адекватного стилю лідерства, демократизацію управління. Сьогодні менеджери повинні уважно спостерігати за психо-соціальними аспектами. Багато компаній, використовуючи нову парадигму менеджменту, змогли досягти чималих успіхів.

Отже, в сучасних умовах глобалізації ведення міжнародного бізнесу вимагає від власника фірм використовувати досягнення науково-технічного прогресу, нових парадигм менеджменту та відповідати і бути готовим до змін, які відбуваються в сфері міжнародних економічних відносин.

## Список використаних джерел

1. Сазонець О. М. Дослідження основних форм здійснення міжнародного бізнесу / О. М. Сазонець, О. І. Качан // Вісник ЖДТУ. – 2014. – № 4. – С. 79–80.
2. Баранов Р. А. Основні тенденції міжнародного бізнесу / Р. А. Баранов // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2006. – № 567. – С. 198–203.

## ОСОБЛИВОСТІ КРИПТОВАЛЮТИ ЯК НОВІТНЬОЇ МОНЕТАРНОЇ СИСТЕМИ

**О. Т. Проць**, студентка напряму підготовки «Міжнародні економічні відносини», група 481

**О. Є. Шайда**, к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

Інноваційні технології та поява віртуальних спільнот створюють нові види транзакцій і методи бухгалтерського обліку, які виходять за межі поточного стану економічних знань. Незважаючи на те, що концепція електронної валюти сягає кінця 1980-х років, Bitcoin (BTC), запущений в 2009 році невідомою особою під псевдонімом Сатоши Накамото, – це перша успішна децентралізована криптовалюта [2].

Криптовалюта – це віртуальна монетарна система, що забезпечує користувачам віртуальні платежі за товари та послуги, які не контролюють центральні довірені органи [1]. Криптовалюти покладаються на передачу цифрової інформації, використовуючи криптографічні методи забезпечення законних, унікальних транзакцій.

Криптовалюта виникла не лише через недоліки традиційної валютної системи, яка залишається хиткою щодо економічних криз, але також завдяки розвитку Інтернету, поширенню електронних грошей та прагненню людей спростити будь-які грошові відносини. На жаль, криптовалюти досі викликають багато економічних та юридичних суперечок з таким ефектом, а їх курс може суттєво змінюватись протягом доби, що робить їх потенційними «бульбашками».

В Україні немає чітких юридичних норм щодо криптовалютного ринку. Поки що українські фінансові регулятори пово-

дяться в питанні про криптовалюту цілком розумно й відповідально. Про це свідчить їхня спільна заява, у якій вони чітко дають зрозуміти, що «складна правова природа криптовалют не дозволяє визнати їх ні коштами, ні валютою і платіжним засобом іншої країни, ні валютною цінністю, ні електронними грошима, ні цінними паперами, ні грошовим сурогатом». За даними українських ЗМІ, з січня в Україні почав працювати перший вітчизняний криптовалютний гаманець з функціями онлайн-банкінгу PrivatCoins. Станом на сьогодні немає інформації про те, наскільки успішно він функціонує. Відомо, що планувалось запустити бета-версію програми. Як наголошується, охочі можуть оформити заявку на сайті проекту PrivatCoins.com та отримати один з 2000 запрошень на тестування першої версії гаманця. Особливістю PrivatCoins є можливість онлайн-банкінгу. Він дозволить використовувати криптовалюту за прямим призначенням – як платіжний інструмент, а не спосіб заробітку на курсі [4].

Обіг BTC в українських реаліях – це обсяг угод з купівлі самих біткоїнів, а не оплата товарів новою криптовалютою. На сьогодні це поодинокі (у масштабах світової інтернет-торгівлі) випадки оплати криптовалютою товарів і послуг, а тому назвати це обігом не можна: окрім незначного в кількісному вимірі обороту, якісно він стосується переважно оплати послуг, що супроводжують сам обіг криптовалют [3]. Поза цим віртуальним товарообігом, окрім випадку, коли у 2010 р. була придбана піца за 10 тисяч BTC (сьогодні це еквівалентно 100 млн дол.), у Мережі є інформація про випадки продажу за BTC: в Амстердамі – картини Collaboration, в Індонезії, Нікарагуа й Лас-Вегасі – по одному випадку продажу нерухомості, британською компанією Virgin Galactic – польотів на Місяць. А також продаж одним каліфорнійським дилером двох автомобілів: Tesla S (за 91,4 BTC) і Lamborghini Gallardo (216,8 BTC) [3].

Динамічне збільшення кількості криптовалют, яка сягає зараз майже тисячі одиниць, не змінює того факту, що серед усіх криптовалют BTC є найбільш розповсюдженим та в громадській свідомості видається найбільш надійним. В той же час, аналіз чітко свідчить про те, що ставки BTC значно нестабільніші порівняно з іншими фінансовими інструментами. Про це свідчить стандартне відхилення між показниками курсу BTC, що вказує на високий інвестиційний ризик. Слід зазначити, що стосовно



встановлення та регулювання обмінного курсу BTC немає чітко сформульованих правил. Обмінний курс встановлюється на біржових платформах на ринку крипто валют без втручання будь-якого контролюючого органу. Це, у свою чергу, призводить до високої нестабільності курсу BTC.

### **Список використаних джерел**

1. The Future of Cryptocurrency. An Investor's Comparison of Bitcoin and Ethereum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.economist.com/sites/default/files/the\\_future\\_of\\_cryptocurrency.pdf](https://www.economist.com/sites/default/files/the_future_of_cryptocurrency.pdf). – Назва з екрана.
2. Legal and economic analysis of the cryptocurrencies impact on the financial system stability [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.universitypublications.net/jte/0402/pdf/F5N180.pdf>. – Назва з екрана.
3. Шаров О. Криптовалюти: глобальні гроші чи глобальна піраміда [Електронний ресурс] / Шаров О. – Режим доступу: [https://dt.ua/finances/kriptovalyuti-globalni-groshi-chi-globalna-piramida-263545\\_.html](https://dt.ua/finances/kriptovalyuti-globalni-groshi-chi-globalna-piramida-263545_.html). – Назва з екрана.
4. З січня запрацює перший український криптовалютний гаманець. Як розраховуватись біткоїном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://espreso.tv/news/2017/12/13/z\\_sichnya\\_zapracuyue\\_pershyy\\_ukrayinsky\\_kryptovalyutnyy\\_gamanec\\_yak\\_rozrakhovuvatys\\_bitkoyinom](https://espreso.tv/news/2017/12/13/z_sichnya_zapracuyue_pershyy_ukrayinsky_kryptovalyutnyy_gamanec_yak_rozrakhovuvatys_bitkoyinom). – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 10. БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

---

### **ПЕРЕДУМОВИ ТА ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

*А. С. Гепалова, студентка напряму підготовки «Мене-джмент», групи 17-0931-301*

*О. О. Трут, к. е. н., завідувач кафедри менеджменту – науковий керівник*

*Львівський торговельно-економічний університет*

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступеня задоволення клієнта – це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим [1].

Для ефективного забезпечення якості і конкурентноздатності послуг готелю актуальною проблемою є управління проектуванням і контролем їх якості. При цьому ключову роль має не лише виявлення внутрішніх причин, але і вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення даних потреб.

Важливим є не лише виявлення внутрішніх факторів, що впливають на якість послуг, але і визначення потреб гостей, створивши і реалізувавши методику і технологію, що забезпечать найбільш повне їхнє задоволення. Ефективне управління якістю послуг, що надаються, є найважливішим важелем підвищення рівня обслуговування клієнтів, прибутковості готелю, забезпечення його економічної безпеки [1].

Конкурентноздатність готельних послуг визначається рівнем їхньої якості і ціни. Якість – це комплексне поняття, що всебічно характеризує ефективність діяльності, стиль управління, стратегію, маркетинг і організацію надання послуг, тому ефективне управління якістю є однією з найбільш актуальних проблем для готелю. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів.

Вирішення цієї проблеми розглянемо за матеріалами діяльності готелю «Danylo Inn».

«Danylo Inn» – це новий готель з чудовим місцезнаходженням у самому серці Львова, розміщений в пішохідній зоні з видом на Галицьку площу і її відомий пам'ятник засновнику Галичини – Королю Данилу. Номерний фонд готелю складає 34 номери 3-х категорій: Двомісні номери економ класу, стандартні двомісні номери та двомісні номери підвищеного комфорту.

Зважаючи на те, що готель знаходиться в центрі міста, а саме в двох кроках від Площі Ринок та найвідоміших пам'яток архітектури, культури та мистецтва, користується високим попитом у туристів та гостей міста.

Керівництво готелю активно займається моніторингом усіх факторів, запитів та потреб гостей з метою надання найбільш якісних послуг, саме тому в готелі передбачено безкоштовний Wi Fi, постільна білизна та рушники, тапочки, щоденне прибирання, безкоштовні туалетно-косметичні засоби (шампунь, кондиціонер, бритви, зубні щітки), у всіх номерах є окрема ванна кімната, оплату можна здійснювати кредитною картою тощо.

Для більш повнішого задоволення бажань та запитів гостей передбачено такі додаткові послуги: смачний сніданок з доставкою в номер, замовлення екскурсій різними мовами, індивідуальний трансфер з/до аеропорту та залізничного/автобусного вокзалів, цілодобова рецепція, продаж картин місцевих художників, надання інформації про цікаві місця і розваги у Львові, чайний набір у номері, послуга «Будильник», замовлення квитків, кімната для багажу, питна вода на рецепції та коридорах готелю, консьерж-сервіс тощо.

З метою підвищення якості надання готельних послуг керівництво щомісячно проводять тестування на знання працівниками своїх обов'язків, правил внутрішнього трудового розпорядку, стандартів обслуговування, також регулярно проводяться перевірки стану номерного фонду з метою усунення пошкоджень та поломок.

Чистота в готелі – це один з вирішальних факторів спираючись на які люди обираючи готель. Саме тому прибирання номерів в «Danylo Inn» відбувається згідно спеціально розроблених внутрішніх стандартів готелю. Перед поселенням гостей старша покоївка перевіряє номери після прибирання з метою

виправлення недоліків, що були допущені покоївками під час прибирання. Така практика скорочує кількість незадоволених чистотою гостей та дозволяє ідеально підготувати номер до приїзду гостя.

Важливу роль окрім чистоти відіграє також зворотний зв'язок. Характерною рисою «Danylo Inn» є те, що адміністратори рецепції зустрічають гостей з щирою посмішкою, пропонують присісти на зручні крісла, посмакувати львівської кави чи чаю, цікавляться чи не важкою була дорога, і лише після встановлення контакту з гостями розпочинають стандартну процедуру поселення. Практика показує, що після такого прийому гості почувають себе як вдома. Під час виселення гостей адміністратори також обов'язково запитують чи добре гості відпочили, чи все їм сподобалось, побажання та зауваження, які керівництво завжди приймає до уваги.

Окрім живого спілкування на рецепції, у готелі є спеціальні анкети для відгуків, які знаходяться в кожному номері поряд з іншою важливою для гостей інформацією. Щоденно ці анкети перевіряються, а заповнені гостями передаються на рецепцію для аналізу.

В кінці місяця відповідальний за це працівник телефонує цим гостям та дякує за залишений відгук, також запитує чи є ще якісь побажання чи зауваження та запрошує відвідати готель знову, використовуючи так би мовити, індивідуальний підхід до гостей.

Таким чином за результатами аналізу анкет (де оцінюється персонал, чистота, розташування, комфорт тощо) готель в середньому отримав бал 9,1 з 10 можливих.

Окрім аналізу відгуків залишених в готелі, не менш важливим є рейтинг готелю у всесвітньовідомій системі бронювання booking.com, де гості, що бронюють готель через дану мережу теж залишають свої відгуки. По результатах цього аналізу «Danylo Inn» посідає провідне місце серед міні-готелів Львова із середнім балом 9,2 з 10 можливих.

Таким чином, на прикладі готелю «Danylo Inn» можна побачити системний підхід до організації процесу надання якісних послуг.

### **Список використаних джерел**

1. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: навч. посіб. / Роглев Х. Й. – Київ: Кондор, 2005. – 408 с.

2. Управління якістю. Сертифікації : навч. посіб. / Бичківський Р. В., Столярчук П. Г., Сопільник Л. І., Каменський О. О. – Київ : Школа, 2005. – 432 с.
3. Шаповал М. І. Менеджмент якості : підручник / Шаповал М. І. – Київ : Т-во «Знання», 2003. – 475 с.

## **УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**А. В. Єлісєєв**, студент спеціальності «Менеджмент», група 17-0931-301

**І. І. Свидрук**, к. е. н., доцент кафедри менеджменту – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Львівський торговельно-економічний університет»*

Зміни зачіпають інтереси кожного члена організації, відповідно, вони є особливим об'єктом менеджменту. Управляти змінами – означає рухатися від проблемного стану до стану вирішеної проблеми. Отже, ефективне управління змінами є процесом пошуку і вирішення проблем та одним із найскладніших завдань керівників.

В загальному вигляді зміни – це освоєння організацією нових ідей або моделей поведінки.

Вивчення організаційних змін як окремого напрямку управлінської науки почалося після Другої світової війни, коли в результаті зміни характеристик споживання, появи нових технологій та ринків, з'явилася потреба підприємства адаптуватись до умов зовнішнього середовища конкретної галузі, проблема успішної реалізації змін потрапила в поле зору багатьох керівників і вчених. Більшість ранніх робіт були сконцентровані на найбільш ефективних методах впровадження перетворень і подоланні опору персоналу.

Для реалізації стратегічних перетворень необхідно, щоб зміни були здійснені в усіх відповідних напрямках і аспектах діяльності організації. Традиційно до основних напрямів стратегічних змін відносять наступні:

- інформування і мотивація персоналу;
- лідерство і стиль менеджменту;
- базові цінності і корпоративна культура;
- організаційна та інші структури;

- фінансування та інше ресурсне забезпечення;
- компетенція і навички [1, 2].

Різкі зміни в зовнішньому середовищі іноді загрожують самому існуванню організації; у неї замало часу, щоб відреагувати на це належним чином. Це означає, що настала криза. В умовах кризи опір переростає в підтримку, тому що «негативна» реакція окремих осіб і груп на зміни їх влади і впливу зводиться нанівець побоюваннями за існування організації в цілому (де не буде не тільки влади, посади, а й самої групи). Це означає, що криза може бути використана для радикальних організаційних змін, оскільки опір практично відсутній. Деякі психологи пропонують користуватися «штучною кризою», коли керівники вигадують «зовнішнього ворога». На їхню думку, «штучна криза», з одного боку, сприяє досягненню певних результатів, як і в умовах реальної кризи, з іншого – є «школою поведінки» для персоналу.

Узагальнюючи наукові надбання щодо моделювання змін, різні підходи до управління ними, складно сформувати одну універсальну модель, яка б чітко і детально описувала етапи процесу змін сучасного підприємства. Жодна з існуючих моделей управління змінами не є найкращою та здатною адаптуватися під конкретне підприємство, адже жодна з них не враховує реальні умови господарювання організації, поведінкові особливості того чи іншого співробітника тощо.

Слід мати на увазі, що залежно від глибини і цілей запланованих перетворень, поточної ситуації на підприємстві, порядок здійснення тих чи інших дій з управління змінами може бути різним. Лише взявши до уваги специфіку діяльності суб'єкта господарювання, оцінивши його можливості і проблемні зони, можна встановити порядок та етапність планування і впровадження змін.

Ефективне управління змінами є складним та необхідним завданням менеджменту. Складність перетворень зумовлює необхідність своєчасних та комплексних змін у діяльності підприємств – у технологіях, що використовуються, у методах управління, у вимогах до компетенції фахівців, до форм взаємодії із зовнішнім середовищем.

Ефективна реалізація змін на підприємстві багато в чому залежить від того, наскільки суб'єкт господарювання готовий до налагодженого процесу впровадження запланованих змін.

Через непередбачуваність і швидкість змін умов господарювання в сучасній українській економіці вважається, що ризик невдачі у разі проведення стратегічних змін на підприємствах набагато вищий, ніж при збереженні сталого, традиційного способу дій. Проте розраховувати на ефективність діяльності підприємства в майбутньому може тільки той, хто прагне не відставати від сучасних вимог, що відповідають духу часу, чітко визначає стратегію розвитку і постійно здійснює стратегічні зміни. Для тих, хто зробить зміни невід'ємною частиною своєї ділової практики, ризик втратити свій бізнес значно менший ніж для тих, хто уникає зміни.

### **Список використаних джерел**

1. Гайдей О. О. Управління змінами на підприємстві / О. О. Гайдей. – Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 3 (19). – 75 с.
2. Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посіб. / А. П. Міщенко. – Вид. 2-ге. – Дніпропетровськ : Вид-во ДУЕП, 2007. – 332 с.

### **ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**А. І. Моспан**, студентка напряму підготовки «Менеджмент»,  
ОС «магістр», група 17-0931-306

**О. В. Колянко**, к. е. н., доцент кафедри менеджменту – науковий керівник  
*Львівський торговельно-економічний університет*

У діловому світі досить широко використовуються так звані PR-послуги – паблік рилейшнз (англ. Public Relations), які полягають у формуванні громадської думки (іміджу) щодо тих чи інших фірм, через організацію рекламної діяльності, публікацій в пресі, виступи на радіо і телебаченні, виставки, ярмарки, презентації та інші заходи [1].

Імідж організації – це цілісне сприйняття (розуміння та оцінювання) організації різними групами громадськості, що формується на основі інформації, яка зберігається в їх пам'яті про різні аспекти діяльності даної організації.

Імідж організації містить дві складові:

1. Описову (або інформаційну), що являє собою образ організації, або сукупність всіх уявлень про організацію.

2. Оціночну, яка існує на підставі того, що інформація не сприймається байдуже, а спонукає певні оцінки та емоції, які можуть характеризуватися різною інтенсивністю [2].

Оскільки імідж підприємства формується у свідомості споживачів, які вибирають товар або послугу з найбільш конкурентоспроможними характеристиками, він може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна його характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, котрі визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів. Важливою умовою є й те, що імідж компанії повинен розроблятися відповідно до існуючого етапу розвитку суспільства, в якому дана компанія існує. Це передбачає те, що стратегія розробки іміджу повинна бути орієнтована на існуючі цінності і домагання суспільства. Більш того, сам план формування іміджу повинен дотримуватися принципу гнучкості, тобто міг би передбачати трансформації і зміни умов ринку, а, найголовніше, він повинен мати здатність адаптуватися до них. З цією метою всередині компанії повинна вестися невинна робота у відповідності з поточними і потенційними змінами ринкових умов.

Імідж організації може бути як позитивним, так і негативним. Основою позитивного іміджу є довіра до організації. Негативний імідж проявляється у недовірі до організації та її репутації. Як правило, позитивний образ організації економить її ресурси, а негативний – значно збільшує витрати. Позитивний імідж організації залежить від таких чинників: якість, фінансова спроможність, конкурентоспроможність товарів (послуг); ефективність управління; організаційна культура та екологічна безпека; тиражування імені організації через засоби масової інформації. Основна інвестиція в загальний імідж організації – люди [3].

На прикладі ТзОВ «Галицька Цитадель» можна розглянути основні складові елементи іміджу, за допомогою яких підприємство вже майже 10 років займає лідируючі позиції в сфері готельно-ресторанного бізнесу у м. Львові і таким чином є достойним конкурентом для інших підприємств готельно-ресторанної сфери:



1. Персонал і сфера обслуговування. Кожний підрозділ, який контактує з гостями професійно навчений виявляти доброзичливість і гостинність по відношенню до клієнта. Швейцари, портьє, покоївки, офіціанти та інший обслуговуючий персонал навчений швидко реагувати на прохання гостя, вміє залагоджувати конфлікти ситуації і робить перебування гостя в готелі якомога комфортним і незабутнім. Важливе місце в спілкування з гостями займають портьє, вони поселяють і виселяють гостей, вирішують всі питання і прохання, які мають гості, володіють багатьма іноземними мовами: англійською, польською, російською, італійською та іншими, що дуже важливо, адже більшість гостей готелю іноземці.

2. Послуги готелю і розташування. До послуг які надає готель входять: послуги SPA-центру, а саме – сауна, релакс-кімната і масажний кабінет; тренажерний зал; кабінет краси, де гостям за їхнім попереднім замовленням можуть зробити макіяж, зачіску, манікюр; паркінг з охороною; цілодобовий room service; екскурсії за попереднім замовленням; послуги трансферу; кейтерінг; конференц сервіс та багато іншого.

Готель знаходить в чудовій парковій зоні, а з ресторану готелю відкривається шикарний вид на місто. Готель підходить як для молодих людей, бізнесменів, так і для сімейних пар з дітьми, адже територія готелю досить велика і є можливість для ранкових пробіжок і вечірніх прогулянок. Перевагою розташування є паркова зона, тиха місцевість і те, що готель розташований лише в 10–15 хв ходьби від центру міста.

3. Представлення готелю на ринку готельно-ресторанного бізнесу м. Львова.

Citadel Inn Hotel & Resort – це не тільки 5-ти зірковий готель, а й місце де, ти можеш відчутися частинкою історії. Готель Citadel Inn допоможе Вам поринути в епоху розкоші, величі та чаруючої грації, якими славилось місто Лева у XIX столітті. Адже готель знаходиться в історичній будівлі, яка побудована 1853 року. Кожен номер приємно потішить гостей вишуканим інтер'єром, увагою до деталей та сучасним устаткуванням. Зупинившись у Цитадель Інн, Ви відчуєте перевагу та винятковість сервісу 5-ти зіркового готелю. Завітавши у «Citadel Inn» Hotel & Resort, Ви зможете помилуватися Львовом із незвичного ракурсу – крізь призму історичних подій, серед розкоші австрійського імперського стилю, в оточенні величних краєвидів та середньовічного духу.

Отже, імідж – це складне соціально-психологічне утворення. Його формування залежить не тільки від самої організації, але і від соціального оточення. Імідж – не те, що робить організація, а те, що думають інші з приводу її діяльності. Тому донести до громадськості сенс діяльності організації, регулювати взаємодію, гармонізувати його – важлива складова в проблемі ідентифікації іміджу. У цьому полягає найважливіша мета служби PR [5].

### **Список використаних джерел**

1. Формування позитивного іміджу фірми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// test1.agroua.net/economics/documents/category-66/doc-135](http://test1.agroua.net/economics/documents/category-66/doc-135). – Назва з екрана.
2. Маркетинг : підручник / Н. В. Бутенко. – Київ : Атіка, 2008. – 300 с.
3. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури / І. Г. Химич / Економіка та держава. – 2009. – № 9. – С. 59–61.
4. Горчакова Р. Р. Особенности формирования корпоративного имиджа / Р. Р. Горчакова // Известия высших учебных заведений. – 2012. – № 2 (22). – С. 185–192.
5. Формування іміджу підприємства та його значення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2275>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 11. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

---

### **КОМУНІКАЦІЇ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ**

**А. Блажко**, студентка напряму підготовки «Туризм», група Т-51  
**О. М. Бабенко**, завідувач навчально-наукового проектного  
бізнес-центру – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універ-  
ситет економіки і торгівлі»*

Комунікація в широкому значенні являється процесом розвитку та налагодження і встановлення контактів між людьми, та є породжуваною потребою діяльності суспільства, яка несе в собі інформаційний обмін та вироблення єдиної стратегічної взаємодії, взаємин сприйняття і впливу один на одного.

Ключовим аспектом антикризової комунікації є «не замика-тися, коли чи якщо виникла біда». Найбільш ефективним в кризових умовах являється спілкування, що швидко надає повні та досить відверті відомості для колективу, що є в епіцентрі подій. Більшість випадків з точки зору керівництва заключається в досить неоднозначній позиції, що звучить як: «будемо чекати, доки ситуація не проясниться».

Але таке мовчання досить часто викликає підозру, мов би організацією прийняте певне рішення. Це досить сильно дратує колектив, та проблеми в ньому нагнітаються ще більше. Однак, якщо подивитися в іншому ключі, то більшим злом являються недосвідчені інформатори та коментатори, які висловлюють нервові припущення, або занадто емоційно користуються мовою.

До того ж, переважна більшість експертів переконані, що правилом номер один для комунікації в кризі повинно бути: «скажи все і негайно!», тому що інформація яка швидко надається, та, як правило зупиняє чутки і належно заспокоює колективну свідомість компанії.

Також, те що стосується завдань кризового оволодіння ситуацією, то тут нічого складного немає:

- 1) негайно треба покласти кризі край;

- 2) зведення збитків до мінімуму;
- 3) відновлення довіри до керівництва.

Одним серед найбільш важливих факторів для оволодіння кризовою ситуацією являється планування. Але все ж таки найбільшу шкоду для планування готовності в кризі завдає досить легковажна думка, що ніби то цього не може бути. Експерти доводять, те що з перших хвилин, як вибухає криза, керівництво компанії обов'язково повинно досить чітко оцінювати канали комунікації свого підприємства, а з точки зору ЗМІ особливо.

В цій ситуації лідер повинен ставити перед собою деякі питання:

- чи є користь від співпраці з ЗМІ?
- те інтєвю яке буде абсолютно неможливим для компанії, може й нема потреби давати взагалі?
- чи є певні ризики?

Відповіді на дане питання для лідера досить сильно залежить чи складуться стосунки зі ЗМІ, хто буде брати інтєвю, наскільки багато часу потрібно на його підготовку, а також міра юридичної відповідальності, збитки які зазнає організація, та ті речі які потрібно було сказати, а які і без сумніву стануть відомі і без інтерв'ю.

Також є досить другорядні питання на які лідер повинен давати собі відповіді:

- чи є можливості все ж таки донести правду?
- чи дозволить цей канал інформації досить чітко і змістовно подати його повідомлення до колективу, або до ЗМІ?
- чи варта ця аудиторія зусиль, які він прикладає?

У будь-якому випадку, комунікація – це те, що визначає лідера як особистість, дає можливість оцінити його здібності у подоланні кризових ситуацій, знайти з них вихід, розвиватися і досягати поставлених цілей.

### **Список використаних джерел**

1. Лідер і лідерство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>. – 12.06.2015.
2. Формування ефективного стилю лідерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stud.com.ua/>. – 28.11.2017.

## ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ

**А. К. Хамайко**, студент напряму підготовки «Туризм», група Т-51  
**О. М. Бабенко**, завідувач навчально-наукового проектного бізнес-центру – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальність вивчення поняття лідерства визначається перш за все тим, що воно є одним з найбільш значимих чинників групової інтеграції, що сприяють досягненню організаційних цілей з найбільшим ефектом.

Лідер (від англ. leader – провідний) – це член групи, якому вона надає право приймати найвідповідальніші рішення, що стосуються інтересів усієї групи. Лідер – особистість авторитетна.

Лідерство – це вплив стосунків у процесі взаємодії, що ґрунтуються на особистісних характеристиках, де простежується факт домінування і підкорення.

У процесі психологічних спостережень і досліджень розроблено низку теорій лідерства. Теорія лідерських ролей Р. Бейлса розглядає лідера з позицій професіоналізму, враховуючи емоційний фактор. «Теорія рис» стверджує, що передумовою визнання людини лідером є володіння нею специфічними «лідерськими» рисами і здібностями. Згідно з ситуаційною теорією Ф. Фідлера, лідерство – це продукт ситуації, що склалася у конкретній групі.

Ґрунтуючись на концептуальних підходах, у психології розроблено і прийнято різноманітні класифікації лідерів: за змістом діяльності (генератор ідей та виконавець); за характером діяльності (універсальний і ситуативний); за спрямованістю діяльності (діловий і емоційний); за соціальною ознакою (формальний і неформальний); за ціннісно-емоційною ознакою (позитивний і негативний).

Лідерство можна розглядати з позицій стилю, у зміст якого вкладаються поняття колегіальності, директивності, лібералізму, бюрократичності тощо.

Директивні лідери менше радяться, частіше застосовують накази. Колективні лідери використовують демократичний стиль керівництва. Бюрократичний стиль виявляється у жорсткому використанні законів та інструкцій, ліберальний стиль, навпаки, нехтує ними.

Також, формальний лідер – керівник водночас може бути й неформальним. Але може бути й інакше. У групі є формальний керівник, наділений рисами і здібностями лідера, і в цій же групі інший член колективу посідає місце неформального лідера, діяльність якого може мати позитивний або негативний характер [1].

Сам процес навчання та виховання лідерів являє собою розвиток управлінських компетентностей, сприяння в опануванні різних стилів управління, навичок спілкування з людьми, використання різних засобів і прийомів управління. Для того щоб стати успішним лідером, людина має формувати в собі якості, які притаманні лідерській особистості, а саме: успішність, уміння визначити пріоритети, уміння вловити суть, своєчасне прийняття рішень, уміння сформувати команду, делегування повноважень, вплив, довіра, уміння повести за собою, уміння володіти увагою, становлення лідера, виховання лідерів.

Таким чином можна зрозуміти одну просту річ: лідерами як народжуються, так ними і стають. Існують люди із схильністю до лідерства, але для того, щоб перетворитися у дійсних лідерів, їм необхідно розвивати власний потенціал, для чого потрібні спеціальні знання та навички.

Одними із джерел здобуття необхідних знань та навичок можуть бути семінари, тренінги, майстер-класи. На таких заходах людина має змогу отримати необхідну інформацію для розуміння лідерства, поспілкуватися з вже сформованими лідерами, мати змогу проявити себе як особистісно так і у взаємодії з іншими людьми завдяки різноманітним тренінговим вправам і т. д. [2].

Отож, навчання та виховання лідерів створює умови для підготовки людей, здатних не лише очолювати малі групи, окремі організації та об'єднання, асоціації, а й займати в державі високі пости. Найбільш ефективні лідери здатні нести відповідальність за свою поведінку, бажають досягти поставленої мети, а також мають освіту й досвід, відповідні конкретному завданню, яке треба виконати. Лідери повинні розуміти контекст ситуації, усвідомлювати свою відповідальність та активізувати людей. Саме виховання лідерів є одним з найбільш значимих чинників групової інтеграції, що сприяють досягненню організаційних цілей з найбільшим ефектом.

## Список використаних джерел

1. Лідер і лідерство. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>. – 12.06.2015. – [без нумерації].
2. Формування ефективного стилю лідерства. Режим доступу: <http://stud.com.ua/>. – 28.11.2017. – [без нумерації].

## ХАРИЗМА В ЛІДЕРСТВІ

**В. В. Малашина** студентка напряму підготовки «Фінанси і кредит», група ФК м-51

**Л. В. Рудич, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці – науковий керівник**

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Загострення суспільно-політичної ситуації в Україні на тлі кризових процесів в економіці, ускладнення механізмів її функціонування, динамічних змін виробничих технологій, загострення конкуренції, глобалізаційних та ряду інших процесів обумовило значне зростання інтересу науковців і суспільства в цілому до харизматичного лідерства.

Вирішення багатьох сучасних проблем нерідко пов'язується з діяльністю наділених особливими рисами й здібностями лідерів – харизматичних особистостей, – здатних чітко визначити шляхи подолання кризових явищ, мобілізувати й повести за собою послідовників. У зв'язку з цим край актуальним виглядає аналіз основних концепцій пояснення харизматичного лідерства та його місця і ролі в управлінні.

Сьогодні харизматиками називають і підприємців, і голів родин, і талановитих впливових художників, і артистів. «Цей актор – справжній геній, – думають люди. – На нього зійшло особливе натхнення, милість чи то Бога, чи то природи!» При цьому всі ми пам'ятаємо афоризм Едісона: геній – це один відсоток натхнення і дев'яносто дев'ять відсотків ретельної праці. Харизму вважають синонімом успіху. Підприємця, який успішно створює бренд за брендом і вигідно продає компанію за компанією, визнають обраним, «бізнесменом від Бога». Тільки вузькому колу довірених осіб відомо про безліч провальних проєктів, до яких цей бізнесмен теж доклав руку.

Харизмою іноді називають не завжди пояснену здатність керівника викликати любов до себе. Лідери, яких люблять, по-

справжньому впливові. Але любов, прихильність, симпатія, обожнювання, як ми побачимо далі, – тільки окремі вияви феномену харизми. А може, харизма – це прояв душевної хвороби, яка прирікає людину на жагу влади? Ця версія варта додаткового дослідження, і ми поговоримо про неї в розділі, присвяченому місії харизматичного лідера.

Класичне визначення харизми дав Макс Вебер: «Харизмою слід називати якість особистості, яку визнають незвичайною, завдяки якій цю особистість оцінюють як обдаровану надприродними, надлюдськими або щонайменше специфічними особливими силами і властивостями, недоступними іншим людям. Її сприймають як послану Богом або як взірць». Панування харизматичного лідера передбачає, що той надаватиме світу докази своєї обраності: «Непересічні прояви святості або героїської сили, або зразковості особистості і створений цими проявами порядок».

Харизма, вважав Вебер, – це один зі способів надати владі легітимності. Дивіться, цей лідер обраний! Не марнуйте часу на обговорення його кандидатури і того, чи гідний він своєї посади. Його вже обрали для вас і за вас, тож уперед, до справи! Далі «харизма» перетворюється на улюблене соціологами «самоздійснюване пророцтво»: коли лідера визнають харизматиком, його харизма завдяки зворотному зв'язку з народом посилюється, влада над людьми зростає – і так далі, і так далі.

Чи правильно вловив Вебер суть харизми? Психологам його визначення сподобалося. Вони і сьогодні вважають харизмою певний набір особистісних рис, особливостей характеру. Таке розуміння часто трапляється в західній літературі з менеджменту: харизматичний лідер – це яскрава й сильна особистість. Харизматичні керівники справляють на інших надзвичайне враження, таке, що можуть користуватися ним у своїх інтересах – викликати до себе особливу довіру і прихильність, справляти потужний вплив на людей.

Є своє розуміння харизми і в іміджмейкерів. І в ньому про особливі риси особистості – ні звуку. Харизма – плід уяви. З гідним бюджетом вони перетворюють на харизматичного лідера будь-кого. Переконайте публіку в обдарованості й силі клієнта, і він поведе за собою, виграє вибори, зробить продукт бестселером. Політичні технології вирощування харизматиків для іміджмейкерів – звичайна річ.



«Імідж тільки частково визначає харизматичність», – заперечать фахівці з комунікації, акторської та ораторської майстерності. Харизма – це вміння впливати на людей у процесі спілкування з ними. Це комунікативні навички і моделі, які можна явно чи неявно використовувати, щоб підкорити собі інших, спонукати їх до певних думок і вчинків.

«Харизма – це дар згори», – пояснить нам послідовник якогось культу, містик-традиціоналіст чи ясновидець. Харизма дана не просто так, а щоб виконати важливе призначення, місію. Вона непідвладна людині.

Хто ж із них має рацію? Та всі вони по-своєму помиляються. Вчені і мислителі, які намагаються дати харизматичному лідерству своє визначення, часто нагадують сліпців із суфійської притчі, які, помацавши слона, висловили свої версії про те, що їм трапилося в дорозі. Той, хто помацав хвіст, стверджував, що слон схожий на змію. Той, хто торкнувся ноги, казав, що перед ними колона храму. Хто торкнувся вуха, переконував, що слон подібний до пальмового листа. Хто ж мав рацію? І всі, і ніхто.

Люди, які прагнуть стати харизматиками, і ті, хто думає, що знайшов секрет харизми – чи то занурення в ритуали і релігійні практики задля набуття божественного дару, чи то вигадкування яскравого іміджу, – обманюють себе. Політики, якому консультанти створили ефектний імідж у пресі, але який не вміє спілкуватися з виборцями, не позаздриш. За релігійним лідером, що спирається на свою обраність і дар пророцтв, але є жалюгідною, примітивною особистістю, підуть ще жалюгідніші і примітивні люди.

Інакше кажучи, на практиці харизма – це й імідж, і здібності особистості, і модель комунікації, і елемент містики, загадки, міфу. І головне не те, з чого вона складається, а для чого вона потрібна. Відповідь оманливо проста: призначення харизми, її функція – вплив на людей.[1]

Чарівні особистості дивляться співрозмовнику в очі та посміхаються, а також вміють заохотити людину говорити про себе, ставлячи особисті запитання та висловлюючи співчуття. Шарм і харизма – різні речі. Харизматичним особистостям не обов'язково взаємодіяти з людьми безпосередньо, щоби здійснювати на них вплив.

Як виявляють дослідники, харизма – це талант висловлювати свої думки і емоції за допомогою влучних та дотепних метафор,

а також артистичної міміки та мови тіла і при цьому випромінювати абсолютну впевненість у собі.

Якщо люди з шармом зазвичай стають загальними улюбленицями, харизматичні особистості не обов'язково мають подобати усім.

У суперечливих ситуаціях харизма стає переконливим аргументом. Вона допомагає лідеру впливати на людей, навіть якщо їхня позиція не збігається з його точкою зору. Психологічні експерименти показали, що харизматичні промови здатні заохотити людей співпрацювати і навіть жертвувати гроші.

В ході дослідження 2016 року вчені з'ясували, що харизматичні керівники викликають довіру в своїх підлеглих. А ті, в свою чергу, готові більше допомагати колегам, піклуватися про майбутнє компанії та навіть брати на себе більшу відповідальність, ніж передбачають їхні посадові обов'язки.

На думку професора менеджменту і організації Бьорна Міхаеліса з Університету логістики Кюне в Німеччині, харизматичні лідери постійно демонструють своїм співробітникам, що вони здатні генерувати нові ідеї та брати на себе ризики заради процвітання спільної справи.

Втім, харизма не є чимось недосяжним, і за бажання її цілком можна навчитися, стверджують психологи. Велика частина харизматичної поведінки полягає в тому, як ми користуємося мовою та висловлюємо свою думку. У першу чергу, вона складається з мовленнєвих прийомів, як-от метафори, життєві історії, протиставлення та риторичні питання.

Доповідачі повинні продемонструвати моральні переконання, захопити настрої аудиторії та транслювати впевненість у собі. Менеджери, які ефективно використовували ці прийоми, справляли враження більш компетентних, надійних та здатних впливати на інших. Але красномовство – це ще не все. Мова тіла, жести, міміка та тон голосу також передають емоційний настрій і повинні відповідати змісту ваших слів.

І, все-таки, харизма є. Навіть, якщо не як містичний божественний дар, а лише результат атрибуції певних рис і якостей лідера за певних ситуацій, вона продовжує «зачаровувати» й впливати на ефективність діяльності організацій. Ось чому останнім часом опубліковано низку досліджень, автори яких не лише намагаються з'ясувати основи й механізми формування харизматичного впливу на послідовників, а й розробити методи-

ки управління самою харизмою. Вони прагнуть зрозуміти чому риси характеру й якості особистості, які визнаються як лідерські, у деяких лідерів виявляються з особливою силою й наповнені особливою переконливістю, тобто набувають ознак харизматичних. Одні вчені вбачають причини цього в особливостях мислення лідерів [2]. Інші пов'язують їх з особливістю психо-емоційної сфери лідерів. Причому представники обох напрямків продовжують шукати першовитоки харизматичного мислення й харизматичних емоцій у царині підсвідомості лідерів.

При цьому не варто нівелювати особистість лідера, риси, якості й поведінка якого й сприймаються його послідовниками як його харизма. Більше того, оскільки на становлення лідера в тому числі харизматичного, значний вплив має підсвідомість, яка завжди несе в собі певну трансцендентність, харизмі лідера потрібно дати шанс зберегти свою тайну.

### **Список використаних джерел**

1. Гандапас Р. Харизма лідера / Радислав Гандапас. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.
2. Старовойтова Г. М. Харизматичне лідерство як предмет соціально-філософського розгляду / Старовойтова Г. М. // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2013. – 2 (54). – С. 84–90.
3. Старовойтова Г. М. Специфіка й особливості становлення та формування харизматичного лідерства / Старовойтова Г. М. // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2013. – 2 (58). – С. 59–65.

### **ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЛІДЕРА В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

**Т. В. Костюк**, студентка напряму підготовки «Менеджмент», група 1031

**І. І. Свидрук**, к. е. н., доцент кафедри менеджменту – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Львівський торговельно-економічний університет»*

Важливе місце при виконанні функцій управління займає керівник. Стаття присвячена аналізу психологічних аспектів управління. Розкрито поєднання найважливіших якостей лідера з результатами його досягнень у кар'єрі.

Управлінець, керівник, якості керівника, риси керівника, стиль управління, психологія управління.

На сьогодні сфера управління персоналом динамічно розвивається, фахівців даної професії надалі збільшується, та поняття «керівник» набуває якісно іншого значення. Про те, як керівникові максимально ефективно використовувати свій потенціал, існує безліч літератури, наукових напрацювань, досліджень. Зокрема, серед учених, які намагалися визначити основні риси та якості, що притаманні сучасним менеджерам, відомі М. Д. Виноградський, Г. А. Дмитренко, Л. І. Карашук, Н. Л. Коломінський, Ю. А. Конаржевський та інші.

Завданням дослідження є з'ясування психологічних особливостей лідерства.

Сучасний соціум розглядає лідера як активну, віддану своїй справі, розумну людину, яка здатна не тільки відходити від стереотипів у процесі власної діяльності та знаходити нетривіальні нові рішення для вирішення соціальних завдань, а й брати на себе відповідальність за наслідки важливих рішень, здатна стати виразником ідейних переконань, які імпонували б більшості представників соціальної групи. Тобто здатна взяти на себе виконання функції духовного ідеалу певної спільноти, здатна змінити сучасність та створити нове майбутнє. Лідером здатен стати лише той індивід, який не боїться переосмислювати та вносити раціональні зміни в уже усталені принципи моралі та соціальні норми, при цьому виражаючи повагу до традиційних засад своєї спільноти.

Щоб стати керівником і мати професійний успіх, особа має усвідомити, наскільки вона готова брати на себе відповідальність за прийнятті рішення, вміти вести за собою підлеглих, бути обізнаною щодо вимог сьогодення, вміти пристосовуватись до різних ситуацій, тобто бути гнучкою у своїх думках та наполегливою у досягненні цілей.

Менеджер має бути тонким психологом, який відкриває у працівників внутрішні сили і здібності, про які ті, можливо, і самі не підозрювали; застерігає від помилок, підтримує у хвилини сумнівів і невдач. У роботі йому заважатиме надмірна емоційність, яка впливає на хід прийняття рішень та їх виконання. Умовою ефективної діяльності керівника є добре розвинуте стратегічне мислення, уміння «заглянути» на багато років вперед.

А. Менегетті стверджує, що людина вже при народженні має задатки лідера. Проте, щоб стати лідером, необхідно досягти певного рівня культури, освіченості, професіоналізму, життєвого досвіду, внутрішньої зрілості [2].

Однак особистісні та ділові якості лідера також мають далеко не останнє значення і, багато в чому зумовлюють її результативність. Можна стверджувати, що успішність становлення індивіда як лідера залежить від його здатності проявити потрібні якості (у тому числі вміння, навички) у відповідних ситуаціях.

Вивчення соціально-психологічного клімату є складним процесом. Це пов'язане з тим, що соціально-психологічний клімат проявляє себе, як цілісне середовище, – може бути позитивне або негативне морально-психологічне тло міжколективних відносин [4]. Це складна рівновага безлічі компонентів, дуже важливих, дуже специфічних для кожної організації. Якість і продуктивність праці в колективі за лежать не тільки від організації діяльності, оснащення, умов, а й від рівня групового розвитку, міжособистісних стосунків, психологічної сумісності, згуртованості, стилю керівництва. Часто високі результати забезпечують товариська взаємодопомога, дружелюбність, взаємовиручка, переважання позитивних емоцій, простота у взаєминах тощо. Згідно розрахунків можна зробити висновок, що в установі панує позитивний (сприятливий) психологічний клімат.

Керівнику необхідно знайти «золоту середину» та проявляти уважність, але водночас і вимогливість у ставленні до кожного члена колективу. Якщо керівник, намагаючись змусити підлеглих працювати лише лякає їх звільненнями і штрафами, то результат наступний: мотивація праці майже нульова, основна мета працівників – ухилитись від роботи і не потрапити на цьому, а керівник асоціюється з наглядцем.

Таким чином, дефініцію «лідер» доречно трактувати як визнаний член групи, який, використовуючи притаманні йому лідерські якості та здібності, обирає оптимальне рішення для досягнення групової цілі. Відповідно лідерство визначаємо як процес реалізації впливу лідера групи на її членів у ході досягнення до групових цілей. Основна економічна істина, що залишається незмінною протягом багатьох століть, полягає в тому, що високий особистий внесок кожного працівника відіграє найважливішу роль у здійсненні успішної діяльності будь-якої організації.

### Список використаних джерел

1. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська та ін. – Київ : ЦУЛ, 2006. – 504 с.
2. Психологічні аспекти лідера в управлінні персоналом / Н. С. Данилевич, А. Ю. Ращенко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2016. – № 2. – С. 119–124. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp\\_2016\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2016_2_21). – Назва з екрана.
3. Ященко І. В. Феномен лідера / І. В. Ященко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2003. – № 59–61. – С. 142–145. – (Серія «Філософія. Політологія»).
4. Александрова В. В. Удосконалення управління мотивацією персоналу на підприємстві ПАТ «Червоний Жовтень». Управління розвитком. – 2014. – № 13. – С. 9–11.
5. Бондаренко Н. В. Формування сучасних систем управління персоналом підприємства / Бондаренко Н. В. // Комунальне господарство міст. – 2013. – № 111. – С. 267–272.

## **СЕКЦІЯ 12. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ**

---

### **АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*В. О. Клімова, студентка напряму підготовки «Управління персоналом та економіка праці», група УПЕП-41*

*Т. А. Костишина, д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом та економіка праці – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

У сучасних умовах господарювання особливої актуальності набуває питання ефективності управління персоналом. Достатня забезпеченість необхідними трудовими ресурсами, раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства. А саме, управління персоналом є наймогутнішим інструментом забезпечення конкурентоздатності й розвитку підприємства. Тому виникає необхідність у підвищенні ефективності системи управління персоналом з урахуванням вимог ринкової економіки.

Для підвищення ефективності системи управління персоналом необхідно аналізувати і враховувати специфічні умови розвитку ринкової економіки в Україні. Величезну значимість для кожного підприємства, незалежно від організаційно-правової форми, має розробка методики оцінки, що дозволяє визначити дійсну ситуацію на підприємстві в області управління персоналом, виявити слабкі місця і надати рекомендації щодо підвищення ефективності.

В сучасних умовах ринкових відносин ефективність використання персоналу заслуговує на особливу увагу з боку організацій. Воно покликане бути помічником керівників вищої ланки управління у визначенні кадрових ресурсів і можливостей організації, є основою розробки способів збільшення ділової активності підрозділів, виявлення резервів ефективності їхньої господарської діяльності, соціологічних досліджень і впровадження їх результатів.

Управління персоналом – багатогранний і виключно складний процес, що має специфічні особливості й закономірності. Знання їх вкрай необхідне керівникам і спеціалістам сучасного

виробництва, працівникам кадрових служб і соціального розвитку для постійного забезпечення підвищення якості та ефективності праці. Даний процес містить у собі цілий комплекс заходів, пов'язаних з професійним просуванням працівників та формуванням персоналу, а також його плануванням, аналізом показників праці, витрат на персонал, вивченням ринку трудових ресурсів, а також внутрішніх джерел розвитку персоналу, забезпеченням соціально-психологічних умов взаємодії підрозділів, взаємовідносинами у колективі, запобіганням конфліктів.

Маслов Е. В. визначає управління персоналом як цілеспрямовану дію на людину – носія здатності до праці, з метою отримання максимального результату від її діяльності, гуманізації здійснюваних на підприємстві заходів технічного прогресу [2, с. 41].

У сучасних умовах для підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах України використовуються такі методи: грамотний підбір кадрів; навчання і стимулювання професійного зростання персоналу; систематична перепідготовка та підвищення кваліфікації працівників; забезпечення стабільної зайнятості; висока організація робочих місць; раціональне планування робочого часу; вдосконалення оплати і методів нематеріальної мотивації праці; формування корпоративної культури і створення затишного психологічного мікроклімату;

Забезпечення економічної ефективності в галузі управління персоналом означає використання персоналу для досягнення цілей підприємницької діяльності організації (наприклад, збільшення обсягів виробництва) при обмеженості трудових ресурсів. Соціальна ефективність забезпечується реалізацією системи заходів, спрямованих на задоволення соціально-економічних очікувань, потреб та інтересів працівників організації [1, с. 161].

Завдання оцінки ефективності управління персоналом підприємства полягає у визначенні:

1) економічної ефективності (характеризує досягнення цілей діяльності підприємства за рахунок кращого використання трудового потенціалу). Критерії оцінки економічної ефективності управління персоналом підприємства повинні відображати результативність живої праці або трудової діяльності працівників;

2) соціальної ефективності (виражає виконання очікувань і задоволення потреб і інтересів працівників підприємства). Соціальна ефективність управління персоналом підприємства знач-



ною мірою визначається організацією та мотивацією праці, станом соціально-психологічного клімату в трудовому колективі, тобто більше залежить від форм і методів роботи з кожним працівником;

3) організаційної ефективності (оцінює цілісність і організаційну оформленість підприємства) [1, с. 418]. Цей підхід заснований на тому, що працівники підприємства є сукупним суспільним суб'єктом, що безпосередньо впливає на перебіг діяльності суб'єкта господарювання. Тому кінцеві результати такої діяльності мають бути критеріями оцінювання організаційної ефективності управління персоналом.

Отже, склад показників усебічно відображає ефективність управління персоналом підприємства в економічному, соціальному й організаційному аспектах. При цьому для визначення деяких з них потрібно зібрати додаткову оперативну інформацію на основі конкретних соціологічних досліджень. Показником ефективності системи управління персоналом у практичній діяльності є рівень витрат на досягнення мети організації [3, с. 45].

### Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ : Центр учб. л-ри, 2011. – 468 с.
2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учеб. пособие / под. ред. П. В. Шеметова. – Москва : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ, 2001. – 312 с.
3. Мурашко М. І. Менеджмент персоналу : навч.-практ. посіб. / М. І. Мурашко. – Київ : Т-во «Знання», КОО, 2002. – 311 с.

### ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ КАР'ЄРИ ПРАЦІВНИКА

**А. О. Бурхай**, студентка напряму підготовки «Управління персоналом та економіка праці», група УПЕП-41

**Л. В. Степанова**, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіка праці – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Кар'єра – це успішне просування в області суспільної, службової, наукової і іншої діяльності. Вона є невід'ємною частиною життєвого устрою тієї людини, яка хоче досягти успіху в житті. Кар'єрне зростання – це все ті ж методи і дії, які людина може застосувати для досягнення будь-яких поставлених ним цілей.

Безумовно, аспектів побудови кар'єри чимало, і всі вони відіграють першорядну роль у кар'єрному рості молодих фахівців. Однак результат коштує того: успіх у професії – це насамперед успіх вас як особистості, це ваша професійна й особиста самореалізація.

Кар'єрні досягнення людини багато в чому залежать від рівня його особистісного професійного розвитку. Тут мають значення такі аспекти, як: 1) кваліфікація – рівень підготовленості до якогось виду праці; 2) мотивація – і як елемент здійснюючого керівником переконання і керівництва до дії, і як самомотивація, яка безпосередньо пов'язана з головними цінностями людини і не завжди стосується реалій підприємства; 3) соціалізація – стосується в першу чергу неформальної культури даного підприємства (неписані правила і ритуали), що може стати перешкодою для розвитку особистості. Існує ризик отримати негативну оцінку з боку керівництва чи колег за прояв ініціативи, яка може становити загрозу становищу представників організації; 4) реалізація – безпосередньо пов'язана з аспектом соціалізації.

Спеціальні принципи кар'єри, які дозволяють працівникові самореалізовуватись: 1) безперервність кар'єрного просування з допомогою розвитку потенціалу особистості; 2) кар'єрне просування колективом чи професійною групою; 3) співрозмірність швидкості просування по кар'єрних сходах з визнанням менеджера з боку співробітників; 4) неупередженість оцінки менеджера і досягнутих позицій його професійної майстерності; 5) мобільність, раціональність, здатність до авантюризму, ризику, самоактуалізації, особистісного росту і творчості у професійній діяльності.

Отже, кар'єрна орієнтація особистості багато в чому визначається інтересами і нахилами особистості до того чи іншого типу професійної діяльності, що дозволить максимально реалізувати свій особистісний потенціал.

### **Список використаних джерел**

1. Долгих Л. Кар'єра як суб'єктивний механізм професійної самореалізації / Долгих Л. // Соціальна психологія. – 2015. – № 2. – 197 с.
2. Ліфарєва Н. В. Психологія особистості: навч. посіб. / Ліфарєва Н. В. – Київ: Центр навч. л-ри, 2014. – 237 с.

## СТВОРЕННЯ ШКОЛИ «ВІД ВИПУСКНИКА ДО УСПІШНОГО ФАХІВЦЯ» ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

**В. О. Чуприна**, студентка напряму підготовки «Управління персоналом та економіка праці», група УПЕП-41

**Л. В. Степанова**, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіка праці – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Розглянемо трудовий потенціал через призму зайнятості молодості: 80 % студентів під час навчання планують знайти роботу за фахом, проте насправді це вдається лише 30–40 %, а інші 50 % не реалізуються як професіонали і шукають прикладання своїх знань в інших сферах, які іноді не відповідають їх фаху й хисту. Так відбувається зовсім не тому, що їх не хочуть брати на роботу без досвіду, або вакансій недостатньо. У випускників не вистачає знань, навичок і практики у так званій майстерності self-реклами: складанні резюме, проходженні співбесід, знаходженні власних сильних сторін, представленні їх якнайкраще тощо.

Саме тому ми пропонуємо з започаткувати роботу молодіжної практичної школи «Від випускника до професіонала», яка діятиме за наступною програмою:

1. МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ: проект підтримки безробітних випускників «Від випускника до професіонала» проводитиметься на базі Полтавського університету економіки і торгівлі.

2. ТРИВАЛІСТЬ: 2 місяці, тобто 8–9 занять. 1 заняття на тиждень для кожної групи.

3. ЧИСЕЛЬНІСТЬ: до 15 осіб

4. СПІВПРАЦЯ: Державна служба зайнятості, кадрові агенції, Обласний молодіжний бізнес-центр.

5. ТЕМАТИКА ТРЕНІНГІВ:

1. Що таке компетентності?

2. Чи вмієш ти говорити: як оволодіти ораторським мистецтвом.

3. Як скласти бездоганне резюме.

4. Самореклама: шляхи успішного працевлаштування.

5. Хто ти в колективі: ефективна командна робота.

6. Тайм-менеджмент: сплануй свою кар'єру.
7. Робота за спеціальністю: досвід успішних.
8. Твоя конкурентоспроможність: знайди свої переваги.
9. Управління емоціями: спокійний успіх.

Отже, започаткування молодіжної практичної школи «Від випускника до професіонала» має практичну значимість через набуття учасниками тренінгів нових вмінь щодо самореклами, розповсюдження практичного досвіду випускників, які успішно влаштувалися на роботу за фахом, стали професіоналами та реалізують свій трудовий потенціал, що сприятиме подальшому працевлаштуванню безробітних працівників та скороченню молодіжного безробіття.

### Список використаних джерел

1. Державна служба зайнятості [Електронний ресурс] : офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list>. – Назва з екрана.
2. Бріль М. С. Безробіття в Україні: теоретичні та практичні аспекти / М. С. Бріль, І. В. Пивавар // Бізнес Інформ. – 2016. – № 2. – С. 208–213.

### ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ»

**О. С. Колєсник**, студент напряму підготовки «Управління персоналом та економіка праці», група УПЕП-31

**В. В. Бенях**, ст. викладач кафедри управління персоналом і економіки праці – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В сучасних умовах розвитку економіки, попри шалені темпи науково-технічного прогресу та появу численних засобів автоматизації і механізації виробничих процесів, людина та її спроможність до праці залишаються найбільш актуальними проблемами незалежно від галузі та виду економічної діяльності суб'єкта господарювання.

Проблеми оцінки персоналу та методів її проведення досліджували такі вчені, як Б. М. Генкіна, М. Ф. Головатого, В. М. Данюка, В. О. Дятлова, А. Я. Кібанова, А. М. Колота,

М. Б. Курбатової, М. П. Лукашевича, В. О. Лук'янихіна, Е. В. Маслова, Ю. Г. Одерова, І. Л. Петрової, В. М. Петюха, А. М. Ткаченко, В. В. Травіна, Ф. І. Хміль та ін.

Проаналізувавши систему управління персоналом ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат» та загальний склад персоналу за різними ознаками можна сказати, що рівень обліку та контролю персоналу знаходиться на достатньому рівні, служби та підрозділи, які прямо чи опосередковано працюють з організацією роботи персоналу, виконують свої функції у відповідності до цілей підприємства та з метою підвищення загальної ефективності. Негативною тенденцією є те, що скорочуються робітники, технічні службовці, фахівці.

Більшу частку персоналу підприємства становлять працівники з середньою освітою, що свідчить про не досить високий освітній рівень працівників ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат».

На ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат» виявили наступні недоліки в системі управління персоналом:

- немає організації підготовки та перепідготовки кадрів, забезпечення росту кваліфікації робітників безпосередньо на виробництві, вдосконалити систему планування кадрів та ввести ефективну систему управління розвитком персоналу підприємства для того, щоб зменшити плинність кадрів;
- немає належних умов по удосконаленню умов праці (курси, школи по вивченню передових методів праці);
- зміцнення відстаючих ділянок виробництва здатними ініціативними керівниками;
- немає належної системи оцінки трудового потенціалу як працівників, так і керівника та спеціалістів, бо оцінка діяльності персоналу є засобом вивчення його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей і підвищення кваліфікації.

Одним із важливих етапів системи оцінювання персоналу є розробка ефективної мотиваційної системи на ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат», яка сприятиме активній, ефективній і продуктивній діяльності персоналу для досягнення визначених завдань.

У ході проведення оцінки персоналу, у ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат» були виявленні слабкі сторони, які потребують подальшого коригування та покращення. Вважаємо за необхідне винести наступні пропозиції:

1. Важливим методом оцінки на етапі узгодження технології виробництва із виробничими потужностями є здійснення фотографії робочого часу та фотографії робочого місця, що дозволять розрахувати норми часу, час на підготовку до процесу, норму заробітної плати, складність робіт.

Проведені дослідження дозволяють встановити, що на ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат» змішаний стиль управління. Підлеглі та трудовий колектив приймають участь в обговоренні проблем та робочих питань, але прийняття рішення в більшості випадків є одноосібне.

2. Результати дослідження дозволили сформулювати основні принципи побудови моделі інтегрованої оцінки персоналу досліджуваного підприємства, а саме: системність, максимальна інтеграційна спрямованість, прикладна спрямованість оцінювання, оптимальність в оцінюванні і обліку, застосування адекватних критеріїв оцінювання, горизонтальна та вертикальна комплексність в охопленні оцінкою працівників ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат».

3. Для підвищення ефективності системи професійного навчання розробляються методи індивідуальної мотивації з використанням одного або кількох моральних і матеріальних стимулів.

Таким чином, опираючись на результати оцінки керівництво ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат» зможе необхідним чином промотивувати роботу працівників.

### **Список використаних джерел**

1. Борисова Е. А. Оценка и аттестация персонала / Борисова Е. А. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 288 с.
2. Магура М. И. Оценка работы персонала / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – Москва : ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2011. – 144 с.
3. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. ; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – Київ : КНЕУ, 2014. – 398 с.

## ФОРМАЛЬНІ ТА НЕФОРМАЛЬНІ ГРУПИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Я. М. Пронько**, студентка спеціальності «Економіка» Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці», група УПЕП-21

**В. В. Бенях**, ст. викладач кафедри управління персоналом і економіки праці – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Підвищення ефективності підприємств нерозривно пов'язано з необхідністю посилення потенціалу фахівців, що забезпечує постійну діяльність підприємства. Основою діяльності на будь-якому підприємстві є людина та стосунки між ними. Підприємство будь-якого розміру складається з деякої кількості груп.

За визначенням Марвіна Шоу, група – це дві особи або більше, які взаємодіють один з одним таким чином, що кожна особа впливає на інших і одночасно перебуває під впливом інших осіб.

Мертон визначає групу як сукупність людей, які певним чином взаємодіють один з одним, усвідомлюють свою приналежність до даної групи і вважаються її членами з погляду інших людей.

В теорії управління розподіляють групи, які є основою будь-якого колективу на *формальні і неформальні*.

*Формальні групи* зазвичай виділяються як структурні підрозділи на підприємстві. Вони мають формально призначеного керівника, формально певну структуру ролей, посад і позицій усередині групи, а також формально закріплені за ними функції і завдання. Істотна відмінність формальної групи полягає в тому, що вона завжди створюється з ініціативи адміністрації і входить підрозділом в організаційну структуру і штатний розклад підприємства. Формальні групи створюються з волі керівництва і тому певною мірою є консервативними, оскільки часто залежать від особистості керівника і людей, яким наказано працювати в даній групі. Але як тільки вони створені, вони відразу стають соціальним середовищем, в якій люди починають взаємодіяти між собою за іншими законами, створюючи неформальні групи.

Одне з основних відмінностей формальних груп - період їхнього існування. Деяким групам відпущений короткий термін

життя, так як вони формуються для виконання короткострокових завдань. Приклад тимчасової групи – члени одного з комітетів компанії, перед якими поставлено завдання впровадження якоїсь програми. Загальне обговорення членами групи проблем відбувається на зборах або нарадах. Крім тимчасових груп на підприємстві функціонують довготривалі робочі групи, члени яких вирішують певні завдання як частину своїх посадових обов'язків. Такі групи зазвичай називають командами.

Формальна група має наступні особливості:

- вона раціональна (в основі її лежить принцип доцільності, свідомого руху до певної мети);

- вона безособова (розрахована на індивідів, відносини між якими встановлюються за складеною програмою).

У формальній групі передбачені службові зв'язки між індивідами, і вона підпорядковується лише функціональним цілям. Формальні групи можуть бути сформовані для виконання регулярної функції, як, наприклад, бухгалтерія, а можуть бути створені для вирішення певної цільової завдання, наприклад комісія з розробки будь-якого проекту.

За завісою формальних відносин існує більш складна система соціальних взаємин між безліччю невеликих неформальних груп.

*Неформальні групи* створюються не розпорядженнями керівництва і формальними постановами, а членами підприємства відповідно до їх взаємними симпатіями та загальними інтересами.

Неформальні групи мають свої неписані правила і норми поведінки, люди добре знають, хто входить до їх неформальну групу, а хто ні. У неформальних групах складається певний розподіл ролей і позицій. Зазвичай ці групи мають явно чи неявно вираженого лідера. У багатьох випадках неформальні групи можуть чинити на своїх членів рівний вплив навіть більший, ніж формальні структури.

Неформальні групи являють собою спонтанно (мимовільно) сформовану систему соціальних зв'язків, норм, дій, що є продуктом більш-менш тривалого міжособистісного спілкування.

Неформальна група виявляється в двох різновидах.

1. Являє собою неформальну організацію, в якій неформалізовані службові відносини несуть функціональне (виробниче) зміст та існують паралельно з формальною організацією.



2. Представляє соціально-психологічну організацію, яка виступає у вигляді міжособистісних зв'язків, що виникають на основі взаємного інтересу індивідів один до одного поза зв'язку з функціональними потребами, тобто безпосередня, стихійно виникає спільність людей, заснована на особистому виборі зв'язків та асоціацій між ними (товариські відносини, аматорські групи).

### **Список використаних джерел**

1. Бахитова Р. Х. Экономическая система: организация, управление, развитие / Р. Х. Бахитова. – Уфа : РИО Баш ГУ, 2005. – 170 с.
2. Громовик Б. П. Менеджмент і маркетинг у фармації : підручник / Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, О. Р. Левицька ; за ред. д-ра фарм. наук, проф. Б. П. Громовика. – Київ : Медицина, 2008. – 752 с.

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ СТИЛІВ ЛІДЕРСТВА**

**Ж. О. Шилан**, студентка спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування», група ФК м-51

**Л. В. Рудич**, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Лідерство – це здатність чинити вплив як на окрему особистість, так і на групу, спрямовуючи зусилля на досягнення цілей організації, природний соціально-психологічний процес у групі, побудований на вплив особистого авторитету людини на поведінку членів групи.

Крім поняття лідерства, в соціальній психології використовується інше поняття, що уточнює уявлення про нього. Це – стиль лідерства. Він визначається як сукупність засобів і методів психологічного впливу, якими користується лідер для надання впливу на інших членів групи.

Поняття стилю лідерства охоплює собою всі можливі взаємодії і взаємини, які складаються між лідером та іншими членами групи. Однак у тих випадках, коли це поняття вживається в соціально-психологічній літературі, під стилем лідерства розуміються ті відносини, ініціатором яких в групі виступає саме лідер.

На даному етапі розвитку суспільства існує багато підходів до визначення класифікації стилів лідерства. За основу нашого дослідження ми взяли класичну та найбільш поширену теоре-

тико-польову концепцію Курта Левіна. Згідно неї виділяють авторитарний, демократичний та ліберальний стилі лідерства [4].

Авторитарний – лідер володіє владою в достатньому обсязі, щоб нав'язувати свою волю підлеглим і без перешкод утілювати в життя прийняті рішення, використовуючи адміністративні методи впливу на підлеглих. Такий лідер одноосібно вирішує всі питання, не враховуючи думок підлеглих, часто втручається в дії керівників нижчого рангу, «зв'язує» їх ініціативу й не дозволяє їм приймати самостійні рішення, робити й вирішувати щось без його відома.

Демократичний – характеризується високою мірою делегування повноважень. Підлеглі беруть активну участь у прийнятті рішень і користуються широкою свободою у виконанні завдань. Як правило, рішення приймається тільки після виявлення думки підлеглих. Лідер охоче ділиться з ними владою, надає можливість проявити ініціативу, розвивати свої здібності. Керівник робить усе для того, щоб підлеглі розуміли, що їм доведеться вирішувати більшу частину проблем, не шукаючи його схвалення або допомоги. Паралельно з цим він створює атмосферу відкритості і довіри, за якої підлеглий завжди може звернутися до лідера за допомогою та порадою, розказати про проблеми, які є або назрівають, poradитися.

Ліберальний – підлеглим надається велика самостійність в роботі, у прийнятті рішень; керівник дає лише загальні настанови і час від часу контролює діяльність виконавців. Ще цей стиль лідерства називають стилем невтручання [1].

Як показує дослідження, існують певні стереотипи, на кшталт «авторитарний – це погано, а демократ – це добре», до того ж кожен має свій особистий досвід чи то керівництва, чи то спілкування з керівниками. Окрім особистих вподобань, треба ще враховувати і об'єктивну реальність.

Узагальнивши вищезазначене можна стверджувати, що ефективність стилю лідерства визначається такими критеріями: сферою діяльності, рівнем розвитку працівників, стадією формування команди, особистістю лідера та ситуацією, що склалася.

Практичний досвід свідчить, що від співробітників треба отримати очікувані результати, і методи досягнення можуть різнитися залежно від особистих даних і кваліфікації персоналу, а також залежно від обставин. На нашу думку, справжній лідер застосовує різні стилі керування персоналом, використовуючи весь арсенал засобів мотивації і організації праці.

## Список використаних джерел

1. Бесєдін М. О. Лідерство: стиль, ситуація і ефективність / М. О. Бесєдін, В. М. Нагаєв // Основи менеджменту : Оцінно-ситуаційний підхід : підручник : модульний варіант / М. О. Бесєдін. – Київ : Центр навч. л-ри, 2005. – С. 244–267.
2. Козак К. Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві / К. Б. Козак // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3 (19). – С. 24–28.
3. Возна М. Підходи до оцінки лідерських якостей керівника [Електронний ресурс] / Возна М. – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2014/04/vozna.html>. – Назва з екрана.
4. Нестуля О. О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля, В. В. Карманенко. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.

## СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ХАРИЗМИ В ЛІДЕРСТВІ

**К. Ю. Ширкова**, студентка спеціальності «Облік і аудит», група ОА-51

**Л. В. Рудич**, к. е. н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Явище харизми здавна було цариною інтересів гуманітарних студій, а саме богослов'я, філософії, соціології, психології та ін. Так, богослови вказували на божественні (духовні й моральні) властивості харизми, філософи акцентували на ірраціональних, первісно інстинктивних, вільних від соціальних детермінант виявах цього феномену, соціологи й історики встановлювали характеристики політичної лідерської харизми, виокремлювали її вроджені та набуті ознаки [3].

У науковий обіг поняття «харизма» увів видатний німецький соціолог Макс Вебер для позначення особливого різновиду панування лідера над масами – харизматичного (ірраціонального, емоційного) володарювання, заснованого на виняткових, надприродних здібностях і властивостях індивіда, що дають йому можливість здійснювати в суспільстві, особливо на зламах історії, функцію пророка, вождя або реформатора [1].

На сьогодні науковці пов'язують харизму з популярністю, шармом, привабливістю особистості, які можна використати в

піар-технологіях для створення харизматичного іміджу публічної фігури.

Дослідження доводять, що харизма складається з двох частин. Перша – це зовнішнє враження, яке справляє людина, а друге – її внутрішній стан, наскільки воно відповідає зовнішньому.

Також варто розрізняти природжену харизму і харизму штучну. Зокрема харизматичні особистості за народженням – це особи, які здатні впливати на загальносвіткові події і при цьому їх вплив відчувається не одне десятиліття та їх діяльність залишається надовго в історичній пам'яті. У сучасному світі ми все частіше маємо справу зі штучним феноменом харизми і відповідним образом, що конструюється за допомогою політичних технологій, із використанням розробок у галузі політичного консалтингу, на основі PR-технологій, іміджелогії.

Харизматичність орієнтована на емоції. Ось чому, коли ми зустрічаємо людину з пасивним емоційним станом – ми не бажаємо мати з нею справу і проходимо повз неї. З іншого боку, коли ми знайомимось з людиною, котру переповнює цілеспрямоване хвилювання – пристрасть, енергія, радість – ми зразу ж відчуваємо це і звертаємо на неї увагу. Емоції приваблюють нас, спочатку несвідомо, а потім усвідомлено, коли ми бажаємо ознайомитися з джерелом їх випромінювання.

Як показують дослідження, харизмою іноді називають не завжди пояснену здатність керівника викликати любов до себе. Лідери, яких люблять, по-справжньому впливові. Дуже часто харизматичними називають відомих людей. Якщо придивитися до них, можна зауважити, що часто вони не відрізняються гарною, по класичним канонам зовнішністю, але при цьому здаються привабливими. Такі люди легко ведуть за собою, притягують натовп і завжди оточені шанувальниками.

Харизматичним вважається той лідер, який в силу своїх особистісних якостей здатний надавати глибокий вплив на послідовників. Лідери цього типу мають високу потребу у владі, мають потребу в діяльності і переконані, в моральній правоті того, у що вони вірять. Потреба у владі мотивує їх у прагненні стати лідерами. Дослідження свідчать, що у харизми є негативна сторона, пов'язана з узурпацією особистої влади або повним фокусом лідера на самого собі, і позитивна – пов'язана з упором на спільну владу і тенденцією до делегування частини повноважень послідовникам. Моделі харизматичного лідерства відрізняються кількістю

стадій розвитку самої харизми і відносин з послідовниками: розвинути чутливість до виявлення проблеми, передати значення свого бачення за допомогою міжособистісної комунікації, згуртування послідовників навколо себе, продемонструвати здатність до реалізації свого бачення через делегування повноважень послідовникам [1].

Часто в харизмі вбачають синонім успіху [2]. Тож, саме поняття харизми, як і поняття успіху, може бути різного масштабу. Людина може мати харизму в тій чи іншій мірі: від невеликої, достатньої для притягування до себе окремої групи інших людей, до величезної, що принесе їй світову популярність та визнання.

Підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що харизма – це відбите світло, ефект, який людина здатна виробляти в певних групах, цільових аудиторіях. Це те уявлення, яке складається про неї у оточуючих та те, як вони реагують на її слова, вчинки і жести. Утім сьогодні загадкові аспекти харизми все ще чекають свого подальшого дослідження.

### **Список використаних джерел**

1. Вебер Макс. Харизматическое господство / Вебер Макс // Социс. – 1988. – № 5. – С. 68–78.
2. Гандапас Р. Харизма лидера / Радислав Гандапас. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 224 с.
3. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия / Маслов Е. В. – Москва : ЛТД, 1998. – 246 с.
4. Титаренко В. В. Харизма та харизматичне лідерство: філософсько-релігійний аналіз понять / Титаренко В. В. // Вестник СевГТУ. – Севастополь : Изд-во СевГТУ, 2003. – Вип. 46. – С. 111–118 ; – Київ : Знання, 2013. – 287 с.

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВЦІЇ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**О. Д. Мгалоблішвілі**, студентка спеціальності «Менеджмент», ЗФН

**І. І. Свидрук**, к. е. н., доцент кафедри менеджменту – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укооспілки «Львівський торговельно-економічний університет»

Виходячи на ринок у підприємства виникає проблема підвищення ефективності діяльності, зростання конкурентоспро-

можності. Основною рушійною силою розвитку підприємств сьогодні є персонал, а головним інструментом активізації трудової діяльності людських ресурсів є ефективна система мотивації. Як свідчать результати досліджень, раціональна система мотивації персоналу дає змогу підвищити ефективність трудової діяльності на 40 %.

Під системою мотивації розуміють комплекс заходів, що заохочують персонал підприємства до ефективної праці для досягнення мети підприємства [1].

Завданням даного дослідження є виявлення методів мотивування персоналу на підприємствах у сучасних умовах праці. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячені різним аспектам мотивації та стимулювання персоналу. Визначено проблемні області в системах мотивації та стимулювання персоналу, розкрито особливості, фактори, умови і обмеження формування і розвитку систем мотивації та стимулювання на підприємстві.

Основними методами мотивування персоналу в сучасних умовах є: грошові виплати за виконання поставлених цілей; покарання; соціальна політика пов'язана з наданням працівникам додаткових пільг, послуг і виплат соціального характеру; нематеріальні стимули; «побудова» (підсвідомий вплив на людину) – дає можливість пробуджувати у співрозмовника поважне ставлення і прагнення брати приклад з мовця; професійне навчання; кар'єрне зростання – стимул працювати старанно, виконувати свої обов'язки якісно та оперативно [2].

Отже, які б прекрасні не були ідеї, інноваційні технології, найсприятливіші зовнішні умови, без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності роботи досягнути неможливо. При формуванні оптимальної системи мотивації сучасним керівникам підприємств необхідно використовувати класичні теорії мотивації і враховувати менталітет народу.

Побудова системи мотивації персоналу повинна ґрунтуватися на наступних принципах: комплексність; системність; регламентація; цілеспрямована творчість; орієнтація на результат; простота і зрозумілість; відкритість і об'єктивність [3].

Досвід фахівців з управління персоналом показує, що найбільш типовими помилками при побудові системи мотивації персоналу є: виплата «премії-призу», виплата гарантованої

премії, недосяжні бонуси; орієнтація лише на матеріальну або нематеріальну складову; неврахування потреб та мотиваційних установок працівників; протиріччя між цілями компанії та цілями системи мотивації персоналу; копіювання систем мотивації інших підприємств.

Отже, формування системи мотивації персоналу є важливою частиною системи управління персоналом та менеджменту загалом. На кожному підприємстві формується і використовується власна система мотивації, яка відображає корпоративну культуру, цілі підприємства, умови діяльності підприємства, а обґрунтована система мотивації є одним з основних факторів конкурентоспроможності, що дає змогу стимулювати, розвивати персонал, підвищувати ефективність його діяльності та на основі цього досягати поставлених перед підприємством цілей.

### Список використаних джерел

1. Верхоглядова Н. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, Д. М. Ядранський, Н. А. Іваннікова. – Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 384 с.
2. Данилова Е. Типичные ошибки при создании системы мотивации [Електронний ресурс] / Е. Данилова. – Режим доступу: [http://www.cfin.ru/management/people/motivation/motivation\\_mistakes.html](http://www.cfin.ru/management/people/motivation/motivation_mistakes.html). – Назва з екрана.
3. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации : учебник / А. Я. Кибанов. – Москва : ИНФРА-М, – 2003, 483 с.

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ПРИРОДА УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Я. В. Михальська**, студентка спеціальності «Менеджмент», група 17-0931-301

**І. І. Сеидрук**, к. е. н., науковий керівник, доцент кафедри менеджменту  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Львівський торговельно-економічний університет»

Управлінська діяльність являє собою сукупність скоординованих дій та заходів, спрямованих на досягнення певної мети в межах організації [1, с. 567].

Керівник або менеджер (ці поняття будемо вживати як синоніми) – це людина, яка професійно здійснює функцію управління у ринковій системі відносин.

Специфіку управлінської діяльності характеризує певна сукупність управлінських ситуацій.

Управління з точки зору психології має такі характерні ознаки:

1. Управлінська діяльність, як соціальний різновид управління, є складною і багатоманітною системою. Ефективне її функціонування залежить від діяльності не одного керівника, а всього керівництва. Управлінська діяльність реалізується у предметних відносинах і відносинах між людьми.

2. Управлінська діяльність ґрунтується на таких вимогах до органу управління:

- створення умов для ініціативної й творчої праці, відповідальності за виконання дорученої роботи;

- розвиток здібностей працівників та ефективне їх використання на всіх рівнях управління;

- інтегрування інтересів працівників організації навколо завдань і цілей установи.

3. У процесі управлінської діяльності відбувається перетворення зовнішніх регулюючих впливів на внутрішні регулятори поведінки, зовнішніх цілей та завдань – на внутрішню мотивацію.

4. Професіоналізм управлінської діяльності – одна з головних умов її ефективності. Суть професіоналізації управління з точки зору психології полягає в опануванні керівниками управлінської майстерності, формуванні у них психологічної готовності до ефективної і результативної управлінської діяльності, баченні ними способів досягнення професіоналізму.

5. Соціокультурне, морально-психологічне та етнопсихологічне середовище, формуючи управлінську діяльність, зумовлює тип і спрямованість особистості керівника.

У цілому всі фактори, які впливають на роботу менеджера можна поділити на декілька груп:

- психологічні фактори, які допомагають або заважають менеджеру працювати більш ефективно і у відповідності з властивостями своєї особистості та власними потребами: рівень естетики робочого місця; рівень задоволеності роботою, відчуття корисності роботи та інші винагороди; психологічна сумісність з членами трудового колективу; рівень конфліктності співробітників; особисте зростання; соціальний статус та ін.;



– фізіологічні фактори, що пов'язані з фізіологічними можливостями людини і впливом навколишнього середовища: об'єм інформації, яку може сприйняти людина (слід виходити з того, що за 1 секунду людина може засвоїти лише 5–7 алфавітно-цифрових знаків); фактори навколишнього середовища (температура повітря, звук, рівень освітлення тощо); рівень інтелекту; стан здоров'я і т. ін.

На нашу думку, усі вказані фактори можуть здійснювати на менеджера як позитивний, так і негативний вплив, тому все більшого значення набуває дотримання ним хоча б основних вимог до здоров'я та способу життя. Для менеджерів такими вимогами є: стресовитривалість, відсутність значних вад мови, висока працездатність, відсутність шкідливих звичок.

Психологічна специфіка управлінської діяльності полягає в тому, що головним завданням управління є забезпечення найраціональнішого функціонування всієї системи, оптимальне з погляду соціальних та психологічних потреб залучення працівників до керованої діяльності шляхом актуалізації їх внутрішньої мотивації, підвищення відповідальності за результат виконуваної роботи, регулювання їхніх дій, експертно-консультаційної, комунікативної роботи з персоналом.

В ринкових умовах при інтелектуалізації всіх видів праці значною мірою зростає роль соціально-психологічних факторів управління. Раціональна технічна організація забезпечує високу продуктивність праці лише в тому випадку, якщо ефективно використовуються індивідуальні й психологічні особливості кожного працівника.

Отже, під впливом соціально-психологічних факторів в управлінні формуються суспільна свідомість, психологічні зв'язки в колективі, відношення до праці. Психологічний стан працівника може сприяти підвищенню продуктивності й ефективності праці, і навпаки, знижує трудову активність людей (втома, роздратування, апатія тощо).

### **Список використаних джерел**

1. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Київ : Академвидав, 2009. – 568 с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : посібник / Л. Е. Орбан-Лембрик. – Київ : Академвидав, 2007. – 448 с.
3. Урбанович А. А. Психология управления : учеб. пособие / А. А. Урбанович. – Минск : ХАРВЕСТ, 2010. – 423 с

## **СЕКЦІЯ 13. СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

---

### **СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ БЕЗРОБІТТЯ У РОЗРІЗІ ГРУП НАСЕЛЕННЯ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА МІСЦЕМ ПРОЖИВАННЯ**

*Т. А. Олишко, студентка напряму підготовки «Економіка підприємства», група ЕП-21*

*Ю. Ф. Строчихін, к. е. н., доцент кафедри статистики – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Метою даного дослідження виступало вивчення динаміки найважливіших показників ринку праці Полтавської області – середнього рівня безробіття і числа безробітних – у розрізі груп економічно активного населення за місцем проживання. Розрахунки проводилися в часовому діапазоні з 2011 по 2016 рр. Вихідні дані для розрахунків запозичувалися із щорічників Головного управління статистики у Полтавській області.

Для узагальненої характеристики динаміки чисельності економічно активного населення, числа безробітних і рівнів безробіття ми скористалися середньорічним темпом зростання. Виконані розрахунки показали, що при скороченні чисельності економічно активного населення число безробітних і рівень безробіття мають однозначну тенденцію до зростання.

Для виявлення впливу окремих факторів, що визначають динаміку числа безробітних у 2016 р. в порівнянні з 2011 р., нами використано двофакторний мультиплікативний взаємозв'язок. Розрахунки виконувалися окремо по міському і сільському населенню області. Розрахунки говорять про те, що число безробітних в міській місцевості зросло на 12,6 тис. осіб, або на 35,0 %; домінуючим фактором при цьому було зростання рівня безробіття (на 3,43 в. п.), який призвів до збільшення числа безробітних на 14,361 тис. осіб, або на 39,89 %. Це є підтвердженням суттєвого погіршення ситуації на міських ринках праці. Аналогічні розрахунки були виконані і по сільському населенню. Вони свідчать про те, що число безробітних в сільській місцевості знизилося на 4 тис. осіб, або на 13,33 %; сильнішим за

впливом був фактор зростання рівня безробіття (на 3,78 в. п.), який призвів до збільшення числа безробітних на 8,886 тис. осіб., або на 29,62 %. Таким чином, на міському і сільському ринках праці виявлялися загальні закономірності – досліджувані фактори діяли в одних і тих же напрямках. Негативно оцінюється як зростання рівня безробіття, так і скорочення чисельності економічно активного населення.

Економічно активне населення Полтавської області розглядалося нами як сукупність, що складається з двох частин. Це дозволило додатково виконати розрахунок загальних індексів середнього рівня безробіття змінного складу, постійного складу і структурних зрушень. Індекс середнього рівня безробіття змінного складу показав, що в цілому по Полтавській області середній рівень безробіття економічно активного населення в 2016 р. в порівнянні з 2011 р. зріс на 38,03 %, або на 3,49 в. п. Індекс постійного складу показує, що у зв'язку зі зростанням рівня безробіття як по міському, так і по сільському населенню, середній по Полтавській області рівень безробіття економічно активного населення в 2016 р. у порівнянні з 2011 р. виріс на 39,17 %, або на 3,56 в. п. Індекс структурних зрушень показав, що середній по області рівень безробіття знизився на 0,82 %, або на 0,07 в. п., внаслідок збільшення частки міського населення з більш низьким рівнем безробіття.

Обчислення індексів дозволило нам перейти до трифакторної схеми розкладання абсолютного приросту загального по області числа безробітних. Були отримані такі результати:

1) загальне число безробітних по Полтавській області за рахунок впливу всіх можливих чинників зросло на 16,6 тис. осіб, або на 25,2 %;

2) в зв'язку зі скороченням чисельності економічно активного населення Полтавської області на 67,2 тис. осіб сумарна кількість безробітних зменшилася на 6,1 тис. осіб, або на 9,3 %;

3) зростання рівнів безробіття як по міському, так і по сільському населенню призвело до того, що число безробітних в області зросло на 23,2 тис. осіб, або на 35,2 %;

4) оскільки частка міського економічно активного населення з більш низьким рівнем безробіття зросла з 61,04 % до 64,03 % (при відповідному зниженні частки сільського економічно активного населення), загальна по області кількість безробітних скоротилася на 0,5 тис. осіб, або на 0,7 %.

Резюмуючи роль факторів, можемо стверджувати, що з економічної точки зору всі фактори діяли швидше негативно. Скорочення чисельності економічно активного населення зменшувало число безробітних, однак це свідчить про міграцію економічно активного населення за межі області. Зростання рівнів безробіття за групами населення вказує на погіршення ситуації на обох ринках праці. Зміна структури економічно активного населення на користь міського населення викликає незначне скорочення числа безробітних, але говорить про «втечу» сільського населення в міську місцевість у пошуках роботи.

### **Список використаних джерел**

1. Статистичний щорічник Полтавської області за 2016 рік / за ред. Калашник Л. В. – Полтава : Головне управління статистики у Полтавській області, 2017. – 360 с.

## **СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОБСЯГУ І СТРУКТУРИ ВВП УКРАЇНИ**

**В. Ю. Шевченко**, студентка напряму підготовки «Економіка підприємства», група ЕП-21

**Ю. Ф. Строчи́н**, к. е. н., доцент, завідувач кафедри статистики – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Динаміка ВВП визначається цілою низкою чинників, зокрема зміною кількості товарів і послуг, що входять у ВВП, і цін на них. Нами аналізувалася динаміка ВВП України з 2011 по 2015 рік. Вихідною інформацією слугували дані статистичного щорічника України за 2016 рік. У щорічнику публікуються загальні індекси фізичного обсягу ВВП та індекси-дефлятори. Для повного аналізу необхідні також загальні індекси ВВП у фактичних цінах, які були розраховані нами як відношення ВВП звітного року у фактичних цінах до аналогічного показника базисного року.

З метою отримання абсолютного приросту ВВП використовувалася властивість загальних (агрегатних) індексів визначати ці показники відніманням від чисельника відповідного індексу його знаменника. Щоб виконати ці розрахунки, був необхідний умовний показник – ВВП звітного року в цінах базисного року.

Перемноживши ВВП базисного року на відповідний індекс фізичного обсягу ВВП, ми отримали потрібний умовний ВВП. Результати наших розрахунків наведені в табл. 1 (в ній курсивом виділено показники, отримані безпосередньо в результаті наших розрахунків).

**Таблиця 1 – Аналіз динаміки ВВП України за 2011–2015 рр.  
(загальні індекси, абсолютні прирости)**

Рік	Загальні індекси, %			Абсолютний приріст ВВП, млн грн		
	ВВП у фактичних цінах	фізичного обсягу ВВП	цін на елементи ВВП (індекс-дефлятор)	загальний	в тому числі за рахунок зміни	
					фізичного обсягу	цін на елементи ВВП
2011	120,37	105,4	114,2	228 593	45 943,98	182 649,02
2012	108,22	100,2	108,0	109 918	2 698,36	107 216,64
2013	104,30	100,0	104,3	63 561	0,00	63 561,00
2014	108,25	93,4	115,9	64 258	-100 504,70	164 762,70
2015	125,29	90,2	138,9	401 629	-155 517,67	557 146,67

Аналіз даних табл. 1 дозволяє стверджувати, що якщо до 2013 року збільшення ВВП пояснювалось як зростанням його фізичного обсягу, так і зростанням цін, то, починаючи з 2014 року, зростання ВВП у фактичних цінах відбувалось виключно за рахунок зростання цін при падінні його фізичного обсягу. Тому зростання ВВП з 2014 року до сьогодні навряд чи можна оцінити позитивно, оскільки його обсяг зростає виключно за рахунок інфляційного чинника.

При вивченні динаміки структури ВВП ми орієнтувались на два методи його розрахунку: по-перше, розподільчий спосіб (за категоріями доходу), по-друге, спосіб кінцевого використання (за категоріями кінцевого використання). Розподільчий метод передбачає виділення у складі ВВП трьох категорій доходу: оплати праці найманих працівників, податків за виключенням субсидій на виробництво та імпорт, валового прибутку або змішаного доходу. Якщо прийняти ВВП за 100 %, то частка в ньому різних категорій доходу по роках змінюється іноді істотно. Для того щоб оцінити істотність змін структури ВВП за категоріями доходу, було вирішено розрахувати лінійний та квадратичний коефіцієнти абсолютних структурних зрушень за окремі пари років (результати розрахунків наведені в табл. 2).

Аналогічно аналізувалася нами структура ВВП за категоріями кінцевого використання. Даний метод визначення ВВП передбачає виділення у його складі наступних категорій кінцевого використання: кінцеві споживчі витрати, валове нагромадження основного капіталу, зміна запасів матеріальних оборотних коштів, придбання за виключенням вибуття цінностей, чистий експорт. Результати розрахунків також наведені в табл. 2.

**Таблиця 2 – Порівняння структури ВВП України за категоріями доходу та категоріями кінцевого використання за допомогою коефіцієнтів структурних зрушень (2010–2015 рр.)**

Коефіцієнти структурних зрушень	Порівняння даних					
	2011 до 2010	2012 до 2011	2013 до 2012	2014 до 2013	2015 до 2014	2015 до 2010
За категоріями доходу						
Лінійний	1,2500	2,2000	0,4000	2,5333	4,8000	6,0667
Квадратичний	1,4142	2,3763	0,5541	2,9530	5,1108	6,4451
За категоріями кінцевого використання						
Лінійний	1,6000	1,9000	1,7500	2,4000	2,4000	2,3000
Квадратичний	1,9222	2,0037	2,1190	2,9411	2,7432	2,6898

Логіка розрахунку коефіцієнта передбачає, що чим більший коефіцієнт, тим значніше відрізняється структура ВВП по порівнюваних роках. Результати розрахунків говорять, що істотність відмінностей зростає.

#### **Список використаних джерел**

1. Статистичний щорічник України за 2016 рік / за ред. І. Є. Вернера. – Київ : Державна служба статистики України, 2017. – 612 с.

### **СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ НАЯВНОСТІ, СТАНУ, РУХУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*І. С. Єщенко, студентка напряму підготовки «Облік і аудит», група ОА-21*

*А. С. Степанюк, асистент кафедри статистики – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В останні роки аграрний сектор в Україні переживає бурхливий розвиток. Враховуючи відкриття нових ринків збуту,

можливостей залучення нових технологій, сільськогосподарські підприємства нашої держави повинні випускати конкурентоспроможну продукцію, чого не можна досягти без підвищення ефективності діяльності. Особливо актуальною проблема ефективності використання ресурсів є для малих фермерських господарств, і вона потребує вивчення.

Статистичне дослідження наявності, стану, руху та ефективності використання основних засобів було проведене на базі статистичної звітності селянського фермерського господарства (СФГ) «Довіра», с. Суха Маячка Новосанжарського р-ну Полтавської обл. Основним напрямком діяльності підприємства є рослинництво. Підприємство вирощує пшеницю, ячмінь, боби сої, насіння соняшника.

Середньорічна первісна вартість основних засобів СФГ «Довіра» у 2017 році становила 5 008,4 тис. грн. Суттєві зміни у бік збільшення вартості основних засобів відбулися саме у 2017 році, про це свідчать і щорічні суми надходження основних фондів. Протягом 2015–2017 років їх вибуття відсутнє.

Якщо у 2015 році надійшло основних засобів на 146 тис. грн, то в 2016 році – на 954 тис. грн, а у 2017 році введення в дію основних фондів становило 2 млн 394 тис. грн. Усі основні фонди, які надійшли, були новими. Розраховані коефіцієнти надходження у 2015, 2016, та 2017 роках становили відповідно 5,1; 25,0; 38,6 %. СФГ «Довіра» активно вкладає кошти в оновлення своїх машин і обладнання для підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції з метою її конкурентоздатності. Це дуже важливо для успішного функціонування підприємства, оскільки з року в рік конкуренція на аграрному ринку зростає.

Інтенсивне оновлення основних фондів СФГ «Довіра» відобразилось і в покращенні стану основних засобів. На кінець 2015 року коефіцієнт придатності основних засобів становив 27,6 %, а коефіцієнт зносу, відповідно 72,4 %. Як бачимо, стан основних фондів був критичним. У 2016 році значення коефіцієнта придатності та коефіцієнта зносу становили 37,1 % і 62,9 %. У 2016 році порівняно з 2015 роком коефіцієнт придатності збільшився на 9,5 відсоткових пунктів, і на стільки ж зменшився коефіцієнт зносу, що відображає покращення стану основних засобів. У 2017 році порівняно з 2016 роком коефіцієнт придатності збільшився на 17,2 відсоткових пункти і склав

54,3 %; відповідно, коефіцієнт зносу склав 45,7 %. Знову спостерігаємо покращення стану основних фондів, але підприємству ще є над чим працювати в оновленні основних засобів, оскільки, на нашу думку, близько 50 % придатності основних фондів є далеко не оптимальним показником. Враховуючи, що за два роки фермерське господарство збільшило показник коефіцієнта придатності на 26,7 відсоткових пункти, за умови продовження такої стратегії розвитку через декілька років воно приведе основні засоби до оптимального стану, що буде виражено у збільшенні ефективності діяльності. Для досягнення поставлених цілей в оновленні основних засобів фермерського господарства зараз існують всі можливості, оскільки ринок сільсько-господарської техніки щороку поповнюється все більш модернізованими і енергоефективними машинами і обладнанням.

У 2017 р на кожного працівника фермерського господарства припадало 715,5 тис. грн. основних засобів (фондоозброєність), що на 80 % більше значення показника у 2015 році та на 50 % – у 2016 році.

Систематичне оновлення основних засобів ФГ «Довіра» не могло не відобразитись і на показниках ефективності їх використання. У 2017 році фондовіддача становила 3,19 грн. За два роки підприємству вдалось підвищити рівень фондовіддачі на 44 коп. на кожну одну грн., вкладену в основні фонди, або на 16 %. Більш вагоме зростання відбувалось протягом останнього року.

У 2017 році фондомісткість СФГ «Довіра» ставила 0,31 грн, що означає наступне: для виробництва продукції на одну грн. в основні фонди було вкладено 31 коп. За два аналізовані роки фондомісткість знизилась на 5 коп. або на 13,9 %, а протягом останнього року вона зменшилась на 8 коп. або на 20,6 %.

Також, був розрахований показник амортизаціємісткості продукції. У 2017 році його значення становило 0,18 грн. Це означає, що із кожної гривні виробленої продукції було здійснено 18 коп. амортизаційних відрахувань. Спостерігається зниження амортизаціємісткості, але сума амортизаційних відрахувань щорічно збільшується, як і обсяг виробленої продукції, який зростає випереджуючими темпами. Варто зазначити, що накопичений амортизаційний фонд СФГ «Довіра» використовується за призначенням, і дозволяє кожного року інвестувати в оновлення основних засобів.



Підприємство працювало прибутково за весь період аналізу і мало досить високі показники рентабельності, у тому числі фондорентабельності. В цілому можна сказати, що основні засоби СФГ «Довіра» використовуються досить ефективно, і ефективність з кожним роком підвищується.

## СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РОЗДРІБНОГО ТОВАРООБОРОТУ УКРАЇНИ

**А. В. Івко**, студентка напряму підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЕМС-21

**О. В. Гречка**, к. е. н., доцент кафедри статистики – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В сучасних після кризових умовах надзвичайної важливості набуває внесок кожної сфери економічної діяльності в розвиток національного господарства. Традиційно рушійною силою розвитку національної економіки вважається виробництво. Однак, визнаючи значимість галузей виробничої сфери, не слід применшувати роль торгівлі, завдяки якій стає можливим дотримання балансу між виробництвом і споживанням, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні.

Протягом останніх років роздрібна торгівля переживає значний підйом. Обороти роздрібною торгівлі України у 2017 р. складає 816,55 млрд грн. За період з 2010 р. цей показник зріс на 275,01 млрд грн, при цьому щорічно обороти роздрібною торгівлі збільшувалися в середньому на 6,04 %, що в сумі становить 39,29 млрд грн. Посилення кризових явищ послаблює купівельну спроможність споживачів, та негативно впливає на стан роздрібною торгівлі. Зокрема, у 2014 р. в порівнянні з 2013 р. темп зростання обороту роздрібною торгівлі складав 101,5 %, а вже у 2015 р. приріст роздрібного товарообороту становив 14,4 %. Значне зниження обсягів обороту роздрібною торгівлі спостерігається і у 2017 р., а саме 20,9 %.

Оцінка регіонального розподілу обороту роздрібною торгівлі дозволяє зробити висновок про його нерівномірність, зокрема, 73,9 % областей забезпечують лише 47,4 % товарообороту, а чотири найбільші області (Дніпропетровська, Харківська, Одеська, Київська) забезпечують 39,1 % товарообороту. Така

ситуація є закономірною, оскільки саме ці регіони є промислово та економічно розвиненими.

До обороту роздрібної торгівлі включено роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібної торгівлі, а також розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів через торгову мережу, що належить фізичним особам-підприємцям, та на ринках.

Роздрібний товарооборот підприємств має позитивну динаміку, так за період з 2010 р. по 2016 р. він зріс у 2,05 рази, при цьому таке зростання відбувалося в значній мірі за рахунок зростання цін на товари. Так, у 2014 р. при підвищенні роздрібного товарообороту у фактичних цінах на 1,74 %, фізичний обсяг товарообороту знизився на 9,8 %. А у 2015 р. при скороченні фізичного обсягу товарообороту на 19,8 %, темп зростання роздрібного товарообороту у фактичних цінах склав 114,06 %, що свідчить про зростання цін на 42,2 %.

При регіональній оцінці роздрібного товарообороту підприємств на одну особу (без врахування екстремально-низьких значень Луганської та Донецької областей) також можна виділити дві області (Київську та Одеську) які мають середній обсяг роздрібного товарообороту на одну особу в 1,7 рази вищий ніж в середньому по Україні та в 2,05 рази вищий ніж у 16-ти областях що увійшли до першої групи з невеликим обсягом товарообороту на одну особу. Оцінка показників варіації (коефіцієнт варіації дорівнює 25,6 %) дозволяє зробити висновок про те, що дана сукупність областей є однорідною, а роздрібний товарооборот підприємств на одну особу в середньому на одну область типовим. Найбільш поширеним обсягом роздрібного товарообороту підприємств для обстежених областей є 10,21 тис. грн, при цьому 50 % областей України мають роздрібний товарооборот підприємств не більше ніж 10,74 тис. грн.

Спроба вивчити взаємозв'язок між доходами в розрахунку на одну особу в розрізі областей та роздрібним товарооборотом підприємств виявилась не вдалою. Зв'язок виявився дуже слабким, що свідчить про те, що офіційні доходи в розрахунку на одну особу в повній мірі не відображають платоспроможний попит населення.

Проведений факторний аналіз дозволяє зробити висновки про те, що роздрібний товарооборот підприємств у 2016 порівняно з 2015 роком збільшився на 68 417,3 млн грн, а саме за

рахунок підвищення фондівіддачі роздрібний товарооборот підприємств збільшився на 69 744,31 млн грн, в цей час за рахунок зменшення кількості магазинів роздрібний товарооборот зменшився на 1 266,48 млн грн; а за рахунок зміни площі одного магазину роздрібний товарооборот скоротився на 121,27 млн грн.

З метою визначення прогнозованого роздрібного товарообороту підприємств у 2018 р. було використано метод екстраполяції. Відносна помилка апроксимації становить 3,32 %, що свідить про надійність прогнозу. З імовірністю помилки не більше 5 % його обсяги можна очікувати від 612,51 млрд грн до 664,39 млрд грн.

Підводячи підсумки, зазначу, що основною тенденцією розвитку роздрібної торгівлі України є зростання показника роздрібного товарообороту у фактичних цінах, проте зважаючи що таке зростання спостерігається в основному за рахунок зростання цін можна відмітити, що це негативно впливає на національне господарство.

### **Список використаних джерел**

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

## **СТАТИСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ**

**Я. А. Книш**, студентка напряму підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЕМС-21

**О. В. Гречка**, к. е. н., доцент кафедри статистики – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В сучасних умовах для деяких країн сфера туризму є однією з найбільш прибуткових галузей економіки. Міжнародний туризм може бути суттєвим джерелом наповнення державного бюджету. В той же час, туристична галузь України, з огляду на історичні особливості, екологічні та рекреаційні можливості має значний потенціал для розвитку та може вносити більший внесок у ВВП країни.

Ринок туристичних послуг, охоплюючи значну кількість внутрішніх суб'єктів господарювання, може бути одним із

ключових в економіці країни. За даними Держстату України доходи юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2016 р. оцінені в 11 522,52 млн грн та фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності – 413,16 млн грн, що є недостатнім показником з огляду на наявний туристичний потенціал.

Як ми бачимо, доходи юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 28 разів перевищують доходи фізичних осіб-підприємців – суб'єктів туристичної діяльності, тому увагу під час оцінки доходів акцентовано саме на доходах юридичних осіб.

За період з 2011 по 2016 рр. в середньому щороку їх доходи зростали на 1 367,42 млн грн, або 19,7 %. Зокрема, в 2012 р. порівняно з 2011 р. доходи зросли на 35,74 %, що в сумі становить 1 674,72 млн грн, у наступному році спостерігається незначне скорочення, а вже у 2014–2015 рр. скорочення доходів складає 12,37 % та 11,64 % відповідно, що пов'язано з військовим конфліктом на сході України. У 2016 р. доходи юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності зросли на 6 724,79 тис. грн, або у 2,4 рази.

Дослідження регіональних ринків туристичних послуг за допомогою проведення структурного групування дозволило виділити три групи областей України за доходами юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності. Зокрема, найбільша сума доходів 74,59 % від загальної суми по Україні припадає на останню групу, в яку входить три області (Івано-Франківська, Львівська, Одеська). При цьому у третій групі сума доходів в середньому на одну область в 65 разів більша ніж у першій групі, що свідчить про асиметричність розподілу та різний рівень конкуренції. При цьому до жодної групи не включено дані по м. Київ, в зв'язку з екстремальним значенням для даної сукупності (10 436,93 млн грн) та Луганської області (0,49 млн грн).

Полтавська область, незважаючи на значний потенціал розвитку туристичної галузі, перебуває в групі з найменшими доходами. Але географічне розташування м. Полтави, наявність цікавих історичних об'єктів як в самому обласному центрі, так і в смт. Сороченцях, смт. Диканці, смт. Гоголевого та ін. дає підстави для висновку щодо перспективності розвитку туристичної галузі на Полтавщині.

З метою визначення прогнозованої суми доходів юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2018 р., використано

метод екстраполяції. Параметри рівняння показують, що в середньому щороку доходи юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності зростали на 992,32 млн грн. Очікувана чисельність доходів юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності у 2018 р. становитиме 10 189,5 млн грн. Враховуючи середньоквадратичну помилку моделі, доходи юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності, з імовірністю помилки не більше 5 %, становитимуть від 3 199,48 млн грн. до 17 179,52 млн грн. Значення коефіцієнта детермінації  $R^2 = 0,36$  свідчить про те, що приблизно 36 % варіації показника доходів юридичних осіб – суб'єктів туристичної діяльності пояснюється зміною фактора часу. Проте, відносна помилка апроксимації на рівні 23,02 % вказує на те, що апроксимація є не досить якісною, що пов'язано зі значним зростанням (у 2,4 рази) доходів за останній рік.

Ситуація, що склалася на ринку туристичних послуг до 2014 р., сприяла відносно стабільній роботі суб'єктів туристичної діяльності України. Зміни у кількості суб'єктів туристичної діяльності мають таку ж тенденцію, як і кількість туристів, що ними обслуговується. Стрімке зниження їх чисельності пов'язане передусім з значним зменшенням кількості суб'єктів туристичної діяльності у Луганській та Донецькій областях. Кількість громадян України, які виїжджали за кордон протягом проаналізованого періоду зростала з незначним скороченням у 2014 р., а протягом 2015–2016 рр. спостерігається, вагоме зростання (близько 10 %) чисельності громадян, які виїжджали за кордон.

Оцінка статистичних даних за останні роки свідчить про наявність значного потенціалу ринку туристичних послуг України. Так, незважаючи на значні зменшення показників турпотоків та скорочення кількості суб'єктів туристичної галузі у 2014 р., офіційна статистична інформація свідчить про послідовне відновлення основних показників в туристичній сфері.

### **Список використаних джерел**

1. Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 14. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ**

---

### **МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ**

**М. С. Лусевич**, студентка спеціальності «Економіка підприємства», група ЕП-31

**В. В. Іванова**, д. е. н., професор кафедри економіки та економічної кібернетики – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасні процеси розвитку світової економічної системи пов'язані з інтеграцією та взаємозалежністю економік, що актуалізує проблеми конкурентоспроможності країн, залучених у міжнародні процеси.

Важливим показником стану економіки країни є визначення міжнародного економічного рейтингу, тобто позиції у світі щодо конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, економічної свободи, загального економічного потенціалу тощо. Зміна показників міжнародних економічних рейтингів виявляє економічні зміни в країні з погляду незалежного оцінювання. Аналіз динаміки показників міжнародних економічних рейтингів дає змогу визначити певні закономірності, а також проблеми у сучасному стані економіки країни.

Світова фінансова криза посприяла зниженню ефективності функціонування світової економіки, що вплинуло на економічний розвиток країн і відобразилось у міжнародних економічних рейтингах. Жорстка конкурентна боротьба на світових ринках потребує від України пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності національної економіки, формування у країні потужного інноваційного та науково-технічного потенціалу, сприятливого бізнес-середовища, що в перспективі дозволить зайняти гідні позиції на міжнародних ринках.

Визначальним показником ефективності здійснення економічної політики держави є її місце у глобальних рейтингах. Загалом виділяють близько десяти міжнародних індексів. Найбільш поширеними є індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс глобалізації, індекс легкості ведення бізнесу, індекс

економічної свободи, індекс сприйняття корупції, індекс розвитку людського потенціалу, індекс свободи преси.

Індекс глобальної конкурентоспроможності – масштабне наукове дослідження, яке здійснюється Всесвітнім економічним форумом. Результатом цього дослідження є рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Позиція України в Індексі глобальної конкурентоспроможності у 2016 році – 85-те місце серед 138 країн. У рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності протягом 2015–2016 років лідерство тримають Швейцарія, Сінгапур, США. Найближчими сусідами України є Кіпр, Намібія, Греція, Гондурас.

Динаміка глобального індексу конкурентоспроможності показала, що позиція України коливається через кризові ситуації. У період 2012–2013 років ситуація покращилась, але подальший посткризовий синдром привів до зниження конкурентоспроможності країни.

У 2014 році ситуація покращилася (76 місце), однак Україна продовжує втрачати позиції (2016 рік – 85 місце). До чинників, які найбільшою мірою вплинули на погіршення ситуації, треба віднести корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективність державної політики.

Оцінка міжнародного рейтингу Doing business в Україні засвідчила позитивні зрушення. За період з 2011 року Україні вдалося суттєво підвищити свої позиції із 149 місця до 83 місця в 2016 році. Таке зрушення позиціонується Україною як індикатор правильності проведення реформ. Проте найбільш гострими питаннями для іноземних інвесторів в Україні залишаються реєстрація власності, захист інвесторів, ведення міжнародної торгівлі та вирішення питань щодо запобігання неплатоспроможності і банкрутству. Зміна основних показників рейтингу Doing business в Україні протягом 2011–2016 років подана у таблиці 3 і засвідчує поступовий тренд до полегшення ведення бізнесу в Україні.

Індекс економічної свободи складений The Heritage Foundation & the Wall Street Journal. Рівень свободи економік країн світу розраховується за середнім арифметичним із 10 показників. До них належать свобода бізнесу, торгівлі, фінансового сектору, інвестицій, праці, монетарна і фіскальна свобода, гарантії прав власності, розміри бюрократичного апарату і ступінь захисту від корупції.

У 2016 році наша країна в рейтинговій позиції зайняла 166 місце серед 180 країн і визнана країною із пригніченою економікою. Іншими словами, Україна перебуває на останньому місці із 43 країн Європи. Загальний бал України нижчий за середній у світі та згідно із класифікацією належить до групи країн із «невільною економікою». Варто зазначити, що, крім України, до цього переліку входять ще 25 країн, включаючи такі пострадянські країни, як Білорусь, Узбекистан, Туркменістан.

Серед складників Індексу економічних свобод позитивну динаміку проявив тільки один показник (свобода від корупції), незмінним залишився також один (фінансова свобода), а решта показників відзначилися негативною тенденцією.

Індекс інвестиційної привабливості – це оцінка інвестиційної привабливості України, що проводиться Європейською Бізнес асоціацією і ґрунтується на характеристиці інвестиційного клімату як сукупності політичних, економічних, законодавчих, регуляторних та інших чинників, що в кінцевому рахунку визначають ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання.

Рівень інвестиційної привабливості України відповідно до цього Індексу знаходиться на найнижчих позиціях за всю історію дослідження.

Сьогодні існує низка стримувальних факторів, які гальмують розвиток інвестицій ринку України, що спричиняє зниження потенційно можливих прибутків суб'єктів господарювання України від інвестиційної діяльності. Серед ключових факторів варто відзначити нестабільність українського законодавства, нерозвиненість ринкової інфраструктури, зокрема фондового ринку, сильний податковий тиск, корупцію в місцевих і центральних органах влади.

Україна останнім часом регресує у всіх світових рейтингах. Це пояснюється невирішеними внутрішніми та зовнішніми проблемами, до яких варто віднести свідомі та несвідомі дії посадових осіб і суб'єктів підприємництва; збіг об'єктивних обставин (світова фінансова криза, політична криза органів влади). У більшості рейтингів місце України через це понижено. Стратегічні пріоритети України щодо підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності повинні відображатись у системі поступових кроків адаптації національної економіки до змін світових глобалізаційних та інтеграційних процесів. Основним



механізмом підвищення конкурентних переваг України є здійснення внутрішніх реформ та трансформація векторів зовнішньоекономічної політики. Також зусилля держави варто спрямувати на формування сприятливого бізнес середовища, яке дасть змогу реалізувати наявний інноваційний та людський потенціал та стане передумовою поступового підвищення міжнародної конкурентоспроможності України у світових рейтингах.

## **ПРОБЛЕМНІ БАНКИ: СУТЬ, ОЗНАКИ ТА КРИТЕРІЇ ВИЗНАЧЕННЯ**

**К. В. Гриник**, магістр спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Управління фінансово-економічною безпекою»

**З. Р. Костак**, к. е. н., доцент кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу – науковий керівник  
*Львівський торговельно-економічний університет*

Банківський сектор країни відіграє вагомий роль у розвитку та функціонуванні економіки. Він є основним посередником на ринку фінансових ресурсів та пов'язує між собою різні ланки господарської діяльності. Тому будь-які проблеми, що порушують нормальне функціонування цієї системи, створюють серйозні загрози для усієї економіки.

Науковці зазначають, що проблемним є банк, який демонструє можливість чи вірогідність банкрутства, тобто це банк із незадовільною платоспроможністю. Проте сьогодні ця чітка позиція «розмивається» на тлі змін, що відбулися у банківському законодавстві з прийняттям Закону про систему гарантування вкладів, згідно з яким проблемним є банк, щодо якого НБУ прийняв рішення про віднесення до категорії проблемних у порядку, встановленому Законом про банки. Критерії віднесення банку до проблемних розмежовуються на обов'язкові і такі, які НБУ може застосовувати як своє право [3, с. 131].

В Україні поняття проблемності банків еволюціонувало разом з вдосконаленням наглядових функцій регуляторів, а також зі змінами в зовнішньому середовищі. Варто зауважити, що згідно українського законодавства до та під час кризи 2008–2009 рр. використовувалося тільки поняття неплатоспроможності банку, тобто неспроможності банку своєчасно та в повному обсязі виконати законні вимоги кредиторів через відсутність коштів або зменшення розміру капіталу банку до суми, що

становить менше однієї третини мінімального розміру регулятивного капіталу банку.

Базельський комітет з питань банківського нагляду визначає «проблемний банк» (або як його ще називають «слабкий банк») – банк, ліквідність або платоспроможність якого є послабленою або буде залишатись послабленою до тих пір, доки не будуть вжиті заходи щодо: значного покращення стану його фінансових ресурсів, корекції стратегічного напрямку діяльності, підвищення потенційних можливостей управління ризиком та/або підвищення якості управління [2].

Слід зауважити, що проблеми банку не з'являються раптово. Так, проблеми, які (на перший погляд) виникають та стрімко розвиваються, досить часто є ознакою фінансової або управлінської слабкості, якій тривалий час не приділялась достатня увага. Такі проблеми здатні у найкоротші строки перетворитись в об'єкт серйозного «занепокоєння» з боку органів регулювання та нагляду[2].

З метою подолання проблем банку важливим є оперативне виявлення ознак, а також причин проблемності банку. Ознаками наявності проблем у банку, зазвичай, є: відсутність прибутковості, втрата капіталу, низька якість активів, проблеми з ліквідністю проблеми, пов'язані з репутацією банку[2].

На наш погляд, чітке визначення проблемного банку дозволяє відповідно класифікувати заходи впливу до банку у конкретних ситуаціях, а також визначити внутрішні та зовнішні причини проблем. Проблемним стає саме той банк, власники та менеджери якого виявляються нездатними (або не готовими) оздоровити банк, повернути його роботу у нормальне русло в межах визначеного регулятором часу. При цьому слід враховувати наявність системної кризи, коли більшість причин проблем у банках пов'язана з екзогенними факторами, на які керівники банку не можуть впливати (однак повинні підвищувати стійкість свого банку до зовнішніх потрясінь) [1, с. 192].

Узагальнюючи вищенаведене, можна констатувати, що проблемним вважається банк, на діяльність якого впливають такі чинники як: зменшення абсолютної величини власних коштів (капіталу) до рівня, нижчого від розміру фактично сплаченого статутного капіталу; наявність на аналізовану звітну дату неоплачених платіжних та інших розрахункових документів клієнтів і банку (прострочені залучені міжбанківські кредити)

через відсутність коштів на коррахунку понад три дні поспіль; недоліки в бухгалтерському обліку та звітності; несприятливі зміни в стані чи складі учасників і керівників банку тощо.

Своєчасна оцінка, ефективне запобігання, а також управління проблемами банку є ключовими умовами успішного врегулювання криз. Органи регулювання та нагляду повинні володіти повною самостійністю щодо оцінки серйозності проблем банку та вибору заходів, спрямованих на їх подолання.

### **Список використаних джерел**

1. Корженко К. А. Підходи до класифікації факторів, що впливають на стійкість банківської установи / К. А. Корженко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – № 10. – С. 191–195.
2. Обревко О. В. Державне регулювання діяльності проблемних банків [Електронний ресурс] / О. В. Обревко. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/banki-kanady-i-rossii-uroki-vozmozhny>. – Назва з екрана.
3. Самородов Б. В. Ідентифікація проблемних ситуацій банківської системи на основі діагностування основних показників її діяльності / Б. В. Самородов // Фінанси, облік і аудит. – 2014. – Вип. 2 (24). – С. 131–146.

## **СЕКЦІЯ 15. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА**

---

### **ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТРЕНАЖЕРА З ТЕМИ «МЕТОД ЛЕНДА ТА ДОЙГА» ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ «МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ»**

*О. Ю. Сивокінь, студент гр. І-41, спеціальності «Інформатика»*

*О. О. Ємець, к. ф.-м. н., професор – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В тезах викладена постановка задачі і частина алгоритму роботи тренажера. Метою роботи є розробка алгоритму та програмного забезпечення тренажера з теми «Метод Ленда та Дойга» дистанційного навчального курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій». Тренажер створюється для навчання. При ознайомленні з темою «Метод Ленда та Дойга» були використані лекції з дисципліни «Методи оптимізації та дослідження операцій» [1]. В роботах [2] розглянуті деякі тренажери для дистанційного курсу «методи оптимізації та дослідження операцій». Як в дистанційному курсі з «методів оптимізації та дослідження операцій» ПУЕТ, так і в Інтернеті (в україномовному сегменті) взагалі немає тренажера на тему «Метод Ленда та Дойга», тому створення такого тренажера є актуальним. В дипломній роботі повинен бути створений алгоритм роботи тренажера і написана програма-тренажер для розв'язання задачі методом Ленда та Дойга. В тренажері повинно імітуватися процес розв'язування задачі лінійного програмування на основі заданого прикладу. Розроблено алгоритм, який реалізований у вигляді програми. Частина алгоритму представлена нижче.

Алгоритм тренажера.

Крок 1. Перед студентом відкривається вікно, на якому ставиться питання: «Для яких задач застосовується метод Ленда та Дойга», і пропонується чотири варіанта відповіді а) ЗЛП; б) ЗЦЛП, в) ЗДЛП; г) ЗНП. Якщо вибрана відповідь, студент натискає на кнопку «Відповідь». Якщо вибрана відповідь правильна «б) ЗЦЛП», то відбувається перехід до наступного кроку. Якщо відповідь не правильна, з'являється інформативне вікно про неправильність відповіді, студент його закриває і зробивши відповідні висновки, вибирає правильну відповідь.

Крок 2-й. Перед студентом відкривається наступне вікно, де наведений приклад задачі.

На екрані з'являться питання, чи можна задачу розв'язати методом Ленда та Дойга.

Після відповіді відбувається перевірка і, перехід до наступного кроку. Якщо відповідь вибрана не вірна, тобто, «Ні», з'являється інформативне вікно про невірність відповіді, яке потрібно закрити і вибрати коректний варіант. Якщо вибрана відповідь «Так», то відбувається перехід до наступного кроку.

Крок 3-й. Студенту дається питання, яке відноситься до задачі, яка наводилася в «Кроці 2», «Який перший крок у розв'язування даної задачі», і наведені 3 варіанта відповіді: 1) створити ще одну нерівність; 2) ввести нову змінну з від'ємним знаком; 3) створити допоміжну ЗЛП відкинувши умову цілочисловості. Після вибору 3-го правильного варіанту, студент переходить до наступного кроку тренажера, якщо вибір не вірний, студент залишається на третьому кроці до тих пір, поки не вибере правильний варіант.

Крок 4-й. На даному етапі студенту дається можливість ввести дані в симплекс-таблицю згідно поставленого прикладу, який видно на екрані. Після заповнення таблиці, студент натискає кнопку «Перевірка», щоб перевірити заповнення таблиці на правильність. Якщо введені дані вірні, то студенту висвітлюється інформативне вікно, про те що данні введено правильно, і потрібно відповісти на поставлене запитання, яке стосується розв'язку таблиці, що знаходиться нижче, а саме «В таблиці міститься оптимальний розв'язок». Якщо відповідь вибрана правильна («Ні»), то переходимо до наступного кроку. Якщо ж не правильна, з'являється інформаційне вікно про не вірність і студент змушений робити висновки і давати правильну відповідь.

Крок 5–6-й. На цих двох кроках студент продовжує вводити дані в нові симплекс таблиці спираючись на результати симплекс таблиці розв'язаної на крокові 4. Після перевірки коректності введенних даних в таблицю, студенту також потрібно буде відповісти на поставлені запитання, що знаходяться нижче таблиці, як і в крокові 4. Коли студент відповість на поставлені запитання, (для 5-го кроку «Який стовбець напрямний»; для 6-го кроку «Виконався критерій оптимальності»), він матиме змогу перейти до наступного кроку.

## Список використаних джерел

1. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій [Електронний ресурс] / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – Режим доступу: [http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=lm.web.view&fDocumentId=670571](http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=670571). – Назва з екрана.
2. Ємець О. О. Інформатика та системні науки (ІСН-2015) [Електронний ресурс] : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю, (м. Полтава, 19–21 берез. 2015 р.) / О. О. Ємець. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/2488/1>. – Назва з екрана.

## ПРОГРАМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ТРЕНАЖЕРА З ПОБУДОВИ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ КОМБІНАТОРНОЇ ОПТИМІЗАЦІЙНОЇ ЗАДАЧІ ПРО ОПТИМІЗАЦІЮ СУМІШІ

*Д. О. Стовбун, студент гр. І-41, спеціальності «Інформатика»*

*О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В доповіді викладена частина алгоритму роботи тренажера та постановка задачі по його створенню. Метою роботи є розробка алгоритму та тренажера з теми «Задача про оптимізацію суміші» дистанційного навчального курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій». Тренажер створюється для вивчення студентами цієї теми. При розробці тренажера «Задача про оптимізацію суміші» були використані лекції з дисципліни «Методи оптимізації та дослідження операцій»[1]. В дистанційному курсі ПУЕТ немає, а у всесвітній мережі Інтернет також не знайдено тренажера на тему «Задача про оптимізацію суміші». Тому тренажер є актуальним. В тренажері повинно імітуватися процес розв'язування задачі. Алгоритм представлено далі.

Крок 1. Відкривається вікно з назвою тренажера: Завдання: Скласти математичну модель задачі про оптимізацію суміші.

Крок 2. На екрані з'являється умова задачі яка залишається на екрані до кінця виконання всіх тестів.

Задача. Розглядається задача про оптимізацію суміші.

Крок 3. Переходимо до складання математичної моделі.

Введемо необхідні змінні. Зробіть правильний вибір:

А)  $x_j$  – кількість  $j$ -ї речовини в суміші; Б)  $x_j$  – кількість  $j$ -ї сировини в суміші; + В)  $x_j$  – вартість одиниці  $j$ -ї сировини; Г)  $x_j$  – запас  $j$ -ї сировини.

Якщо відповідь правильна – перехід далі, якщо ні – підказка про неправильну відповідь, показ правильної і перехід до наступного кроку.

Кроки 4 – 7, 9, 11 аналогічні до кроку 3.

Крок 8

Скільки коштує використання в суміші всієї  $j$ -ї речовини?

Відповідь (дати можливість вводу) :

$c_j * x_j$  або  $x_j * c_j$  – правильні, всі інші відповіді не правильні.

Якщо відповідь правильна – поява нової комірки для вводу, якщо ні – програма сама підставить правильну відповідь і відкриє наступну комірку .

Кроки 10, 12, 13, 14 аналогічні до кроку 8.

### Список використаних джерел

1. Ємець О. О. Методи оптимізації та дослідження операцій [Електронний ресурс] : навч.-метод. посіб. за кредитно-модульною організацією навчального процесу / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – Режим доступу: [http://elibrary.puet.edu.ua/action.php?kt\\_path\\_info=lm.web.view&fDocumentId=670571](http://elibrary.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=670571). – Назва з екрана.
2. Ємець О. О. Елементи комбінаторної оптимізації : навч.-метод. посіб. / О. О. Ємець. – Полтава : ПУСКУ, 2009. – 23 с.
3. Рихтер Дж. Язык программирования C#. Классика Computers Science / Дж. Рихтер. – Леверкузен : Addison Wesley, 2011. – 715 с.
4. Хейлсберг А. Изучаем C#/ А. Хейлсберг. – Нью-Йорк : Питер, 2013. – 537 с.

## **СЕКЦІЯ 16. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ**

---

### **ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО МАРКЕТОЛОГА В ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ**

*С. І. Олійник, студент напряму підготовки «Маркетинг»,  
група МБ-11*

*Н. В. Карпенко, д. е. н., професор, завідувач кафедри марке-  
тингу – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універ-  
ситет економіки і торгівлі»*

Маркетолог – це фахівець, який займається аналітикою спо-  
живчого ринку та проектує стратегію просування товарів у  
мінливому конкурентному середовищі.

Виходячи з вищевикладеного, ключовими компетентнос-  
тями, які висувуються до випускника зі спеціальності «Мар-  
кетинг» ринком праці є наступні:

1. Аналітичні здатності. Маркетолог повинен уміти: аналізу-  
вати динаміку продажів та управляти прогнозом продажів;  
управляти рекламним бюджетом та розраховувати ефективність  
капіталовкладень; порівнювати декілька варіантів рішень та  
обирати кращий варіант; встановлювати пріоритети для марке-  
тингових проектів; досліджувати причинно-наслідкові зв'язки в  
поведінці споживачів.

2. Професійні компетенції. Маркетолог повинен знати та  
вдосконалювати свої знання щодо: сучасних методик маркетин-  
гу; провідних моделей розвитку та управління брендом підпри-  
ємства; сучасні техніки та методи продажу; основи економіки та  
фінансів (для управління цінами та бюджетом); основи соціо-  
логії та психології (для розуміння споживача); сучасні напрямки  
дизайну (для розуміння естетичних складових маркетингових  
елементів).

3. Ініціативність. Маркетолог повинен сам формувати та  
встановлювати собі цілі та завдання, не очікуючи вказівок,  
бачити можливості покращення бізнесу та втілювати їх у життя.

4. Відповідальність. Маркетолог в більшості практичних си-  
туацій управляє бюджетуванням складових комплексу марке-  
тингу та рентабельністю продукції, тому він повинен приймати  
відповідальні рішення та відкрито про це заявляти.



5. Креативність. Маркетолог повинен генерувати нові ідеї та пропонувати декілька альтернатив щодо вирішення певних завдань.

6. Орієнтація на якісний результат. Маркетолог повинен бути рішучим та амбіційним щодо вирішення поставлених завдань, виконувати завдання у визначені терміни з максимальним ефектом для підприємства.

7. Комунікабельність. Однією з ключових компетенцій маркетолога є саме комунікація, що включає такі складові: грамотна письмова комунікація, грамотна усна комунікація, ефективні міжособові комунікації, навички публічних виступів.

8. Гнучкість, пластичність. Маркетолог повинен використовувати у роботі різні підходи, бути відкритим до нових технологій та поглядів щодо вирішення звичних проблем, мати здоровий глузд визнати певні невдачі та швидко переключитися на інші методи та моделі ведення бізнесу.

9. Саморозвиток, ерудованість. Маркетолог повинен постійно самовдосконалюватися у професійній сфері, розширювати кругозір, використовуючи нові знання для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Всі ці компетентності, безперечно, повинні розвиватися студентами-маркетологами в процесі навчання.

Як наслідок успішного набуття вищеперерахованих компетенцій, ефективність маркетолога-випускника у практичних умовах буде збільшуватися, буде постійно підвищуватися його KPI (Key Performance Indicator – ключові показники ефективності, за якими оцінюють якість роботи персоналу). В свою чергу слід зазначити, що основними KPI маркетолога є такі показники: індикатори зростання продаж підприємства, індикатори ефективності інвестицій у господарську діяльність підприємства, індикатори якості роботи зі споживачами та індикатори комунікаційних заходів підприємства. Чим вони вищі, тим ціннішим є даний працівник і тим більше в нього з'являється матеріальних та моральних мотивів для вдосконалення зазначених компетенцій.

### **Список використаних джерел**

1. Маркетолог – каталог професій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.education.ua/ua/professions/marketer>. – Назва з екрана.

2. Маркетолог – фахівець з вивчення ринку, потреб і переваг споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biznesua.com.ua/marketolog-fahivets-z-vivchennya-rinku-potreb-i-perevag-spozhivachiv>. – Назва з екрана.

## ДИСКРИМІНАЦІЙНІ ОЗНАКИ В РЕКЛАМІ

**Є. А. Горяінова, М-41**

**Н. В. Карпенко, д. е. н., професор – науковий керівник**

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Викликом ХХІ століття став інтенсивний інформаційний розвиток, який приніс свої переваги та проблеми суспільству. Реклама посіла вагоме місце в цьому процесі. Говорячи нам про нову або давно знайому продукцію, пропонуючи взяти участь у заходах, відвідати футбольний матч або подивитися кіно, реклама перетворилася на засіб формування наших потреб та смаків.

У 1996 р. на Міжнародній конференції з проблем маркетингу і менеджменту було прийняте рішення про створення Української асоціації маркетингу (УАМ), до якої ввійшли представники понад 70 підприємств і вищих навчальних закладів України. Зараз УАМ має свої організації у Києві та регіонах України.

Ключова складова поняття «сексизм» – це приниження людської гідності за ознакою статі. Стаття 8 закону України «Про рекламу» апелює поняттям «дискримінація». Проте чітких критеріїв визначення дискримінаційності реклами не подає. 30 вересня 2011 року на Форумі громадських асоціацій України, які представляли більшість фахівців маркетингу та реклами, були прийняті Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі. Фахівці сказали «ні» пошлості та поганому смаку в рекламі. Вони висловили своє переконання в необхідності саморегулювання на цьому ринку, наголошуючи на тому, що професіонали здатні робити ефективну рекламу, яка не дискримінує людину.

Порівняно з минулими роками рівень сексизму у рекламі зменшився, після заснування в 2011 Індустріального Гендерного Комітету з Реклами, їх дії направлені на моніторинг цих порушень та їх запобігання. Комітет розглядає скарги на дискримінаційну рекламу від громадян України та на підставі стандарту

визначає, чи є реклама дискримінаційною, після чого вживає заходів щодо запобігання поширення такої реклами. Сексистська реклама зустрічається як на місцевих так і на центральних каналах, на білбордах, листівках та навіть в Інтернеті.

Реклама – з одного боку надає можливість познайомитися з новими продуктами виробництва, з іншого – є потужним засобом впливу на масову свідомість. Через рекламу телебачення стимулює споживання різноманітних благ, нав'язую певні стереотипи та цінності. Розробляючи рекламні повідомлення фахівці впливають на смаки споживачів, формують стереотипи поведінки та виконання жінками та чоловіками відповідних гендерних ролей.

Українська Маркетингова Група (UMG International) проводила оцінку ефективності комунікацій за допомогою сучасної системи біометричних досліджень Eye-tracker. Учасникам експерименту запропонували переглянути один з плакатів зовнішньої реклами, водночас система «зчитувала», на що одразу «падає око» і яка траєкторія погляду.

Результати стали неочікувані для самих учасників. Як виявилось, чоловіки, в першу чергу, дивилися на обличчя жінки, потім уже на груди, ноги жінки, обличчя чоловіка тощо. Майже зовсім не звертали увагу на логотип компанії. У цілому з реклами вони «побачили» лиш жіноче обличчя.

Жінки на цій рекламі помічали не тільки жіноче обличчя, а й чоловіче, також жіночі руки з гарним манікюром, «пройшлися» по рекламному гаслу.

Врешті, узагальнені результати показали, що споживачі реклами загалом помітили лише жіноче обличчя.

Експеримент показав, що і логотип компанії, і товар, який рекламується, і бренд – усе це пройшло повз споживача. Виникає питання до рекламодавця: він витрачає такі великі гроші лише для того, щоб чоловік подивився на красиву жінку і навіть не згадав товар, який рекламується.

Експерти Індустріального гендерного комітету також проводили фокус-групи. Учасникам показували рекламу, в якій жінка з оголеним бюстом «хоче літо». Більшість молодих людей сказали, що така реклама викликає в них відразу. Вона відкладається в голові, як реклама низької якості. І це одразу проектується на продукт.

Результати контент-аналізу сучасної реклами свідчать:

– жіноче тіло використовується для підвищення привабливості товару як декоративний додаток до нього: у відомому анекдоті йдеться про чоловіка, який замовив за каталогом пральну машину. Коли ж йому доставили товар, він здивувався: «А де ж жінка?» – «Яка?» – «Та, що демонструвала машину у роботі».

– всіляко експлуатується жіноча сексуальність, особливо в товарах для чоловіків (жінка як об'єкт домагань та виграшу).

– на відміну від західних країн, де використовується обличчя і статура обох статей різного віку, вітчизняна реклама жіночих образів презентує виключно молодих жінок.

Для того, щоб реагування на сексистську рекламу не надавало товару ще більшої популярності, потрібні зміни в законодавстві, які суттєво збільшать штрафні санкції за дискримінаційні рекламні оголошення. Коли рекламодавець розумітиме, що приниження людини обійдеться йому надто дорого, він буде усіляко цього уникати.

### **Список використаних джерел**

1. Гендерна дискримінація в сфері реклами [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Режим доступу: <https://helsinki.org.ua/articles/henderna-dyskryminatsiya-v-sferi-reklamy-chastyna-druha-doslidzhennya/> – Дата звернення: 14.04.2018.
2. Конституція України, Закон України «Про рекламу», Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР, т.181 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – Дата звернення: 14.04.2018.
3. Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/gkr/> – Дата звернення: 14.04.2018.

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

**А. С. Макаренко, М-41**

**Н. В. Карпенко, д. е. н., професор – науковий керівник**

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у ХХІ ст. стає провідним напрямом

економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Сучасний стан і тенденції розвитку готельної індустрії країни можна охарактеризувати наступними положеннями:

1. Досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку даної сфери діяльності.

2. Основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Також потрібно заохочувати со-opetition (coopera-tion+competition: співпраця + конкуренція), адже готельний бізнес змушений конкурувати не лише в середині галузі, а й з фірмами готельного сервісу, фірмами, які пропонують послуги оренди житла, гуртожитками, приватним сектором, але разом з тим він повинен тісно співпрацювати з ними. В більшості співпраця ведеться з туристичними фірмами, які бронюють місця для своїх клієнтів.

Однією з найбільших проблем готельного та певною мірою ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Отже, потрібно запровадити агресивну рекламу на туристичних сайтах, в турагенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію. Для реклами є вигідною підтримка різноманітних фестивалів, конкурсів. Агресивне рекламування готельної галузі рекомендується провадити в межах співпраці в галузі, що дозволить суттєво знизити фіксовані витрати, розкидавши їх по всіх учасниках

Український ресторатор повинен придумувати щось нове буквально кожен день. Тому власник повинен або постійно знижувати ціну, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг. Корпоративні клієнти дуже цінні, тому ресторани йдуть на ряд поступок: можуть готувати з продуктів клієнта, не існує фіксованих знижок для корпоративних клієнтів, працює правило: чим більше запрошених, тим більшу знижку отримує замовник.

Сфера готельного бізнесу в Україні характеризується динамічним розвитком та стає важливим чинником культурного та економічного прогресу країни. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються позитивною динамікою, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкурентної боротьби. Основними завданнями в сфері готельного бізнесу, згідно міжнародних стандартів, повинно стати створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням специфіки ринку готельних послуг.

Серед сучасних тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні дослідники виділяють наступні: поглиблення спеціалізації готельної й ресторанної пропозицій; утворення міжнародних готельних і ресторанных ланцюгів; розвиток мережі малих підприємств; впровадження в індустрію нових комп'ютерних технологій; невідповідність цін рівню якості готельних послуг, що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери (відсутній державна структура з обліку готелів та інших закладів розміщення, регулювання та контролю за їх діяльністю) та низьким рівнем диференціації готельних послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.); низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг. Український готельний ринок характеризується незадоволеним попитом та обмеженою пропозицією як зі сторони іноземних готельних мереж, так і зі сторони українських готельєрів; відсутність розвиненої та офіційно облікованої мережі альтернативних засобів розміщення економічного; недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства; обмеженість практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення; проблема перевантаженості та якісного утримання готелів та інших закладів розміщення.

Інвестиційний клімат у нашій країні у зв'язку з політичною нестабільністю, проведенням антитерористичної операції та високими ризиками поки не викликає значної довіри у іноземних інвесторів. Водночас, іноземних готельних операторів на україн-

ський ринок приваблює порівняно швидке повернення вкладених коштів: за оцінками експертів, період окупності практично удвічі менший, ніж у Європі.

Виведення України до числа провідних туристичних країн світу є завданням комплексним, що вимагає системних зусиль як всіх державних установ, так і суб'єктів готельного бізнесу. Для цього необхідно створення:

- оптимальних нормативно-правових засад розвитку туристичної та курортно-рекреаційної галузі та її інфраструктури, зокрема через формування стратегії розвитку готельного господарства;

- сприятливих умов для залучення інвестицій та запровадження реальних механізмів стимулювання будівництва і реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфери;

- належних умов для розвитку іноземного та внутрішнього туризму, зокрема, через розвиток мережі туристично-інформаційних центрів за визначеними видами туризму;

- сприяння розвитку готельного бізнесу, забезпечення гармонізації національних стандартів, а також підвищення якості туристичних послуг, що надаються;

- реалізація заходів щодо зміцнення позитивного іміджу України та формування ефективної маркетингової стратегії на основних закордонних ринках;

- сприяння створенню додаткових робочих місць та розширення тимчасової зайнятості у туристичній сфері;

- забезпечення створення безпечних умов для здійснення туристичної подорожі, особистої безпеки туристів, надання їм оперативної медичної, технічної та правової допомоги.

Виконання зазначених стратегічних завдань дозволить перетворити вітчизняну готельну індустрію України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки

Отже, для розвитку готельного сектора необхідно створення сприятливого інвестиційного клімату на макrorівні (привабливі і передбачувані умови економічної діяльності в країні в цілому) і мікрорівні (податкові, митні та інші пільги для підприємств, що спеціалізуються на наданні готельних послуг) в цілях припливу вітчизняного та іноземного капіталу, безпосередня участь і підтримка держави у здійсненні великих інвестиційних проєк-

тів; збільшення переліку додаткових послуг; підвищення якості та культуру обслуговування клієнтів; приведення автошляхів в належний стан, що відповідає міжнародним стандартам. У перспективі готельний бізнес повинен стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури.

### Список використаних джерел

1. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/maceha.htm/](http://tourlib.net/statti_ukr/maceha.htm/) – Назва з екрана.
2. Маркетингові дослідження готельного ринку і конкурентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi\\_doslidzhennya\\_gotelnogo\\_rinku\\_konkurentiv](http://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi_doslidzhennya_gotelnogo_rinku_konkurentiv). – Назва з екрана.

### RESEARCH OF MARKETING LEGISLATION IN GHANA

**Divina Holali Kumahor**, student majoring in Marketing, Mm-51

**M. M. Ivannikova**, Scientific advisor Associate Professor of the Marketing Chair, PhD in Economics

Higher Education Institutional of Ukoopspilka “Poltava University of Economics and Trade”

In Ghana quest to achieve a middle income country status by the year 2012, it embarked on a big restructuring drive within it trade marketing both internal and external.

It developed and adopted a trade sector support program (TSSP) in the year 2007 to bring this into reality. The trade sector support program was designed to systematically implement the Ghana Trade Policy and deliver rapid and strategic expansion of Ghana’s productive base. This was informed by practical experience of rapid economic change in other countries, which has been tailored to Ghana’s context. The Ghana trade policy covered some thematic areas as a way to cover all aspects of the Ghana economy.

However, for the purpose of this paper only some components are chosen for deliberation.

Multilateral Trade. Under this component, the country sought to improved Structures for International Trade Negotiations i.e. the



capacity of MOTI and other MDAs and stakeholders with trade-related functions to take considered and well-coordinated decisions on all aspects of international trade negotiations and trade relations.

The project outlined a fundamental redistribution of trade-related responsibilities within the Government of Ghana, with a much clearer focus on the central policy-making and co-ordination responsibilities of MOTI. MOTI's capacity to analyse and lead trade negotiations will be strengthened, and mechanisms established for comprehensive Government-wide co-ordination of and consultations on trade policy with private sector, civil society and other stakeholders. (p. 8 Ghana trade policy 2012).

Creating a fair and transparent import-export regime. Ensuring a level playing field for all economic operators through effective and systematic application of a transparent tariff regime. A Tariff Advisory Board was being established to ensure that tariffs are set in accordance with national economic development rather than primarily for revenue purposes, and to improve transparency and predictability in the import-export regime. Inconsistencies will be removed from the existing tariffs and mechanisms for granting exemptions and permits streamlined. Capacity will be built in the administration of permits and trade contingency measures, rules of origin and quotas. Finally, measures will be established to stem the illegal export of antiquities. (p. 9 Ghana trade policy 2012).

Facilitating Trade. To ensure speedy and efficient goods clearance and thus reduce costs. The project was to support the extension of GCNet connectivity to all border points, simplify and computerize customs procedures and declarations, support CEPS to build sufficient capacity to take over destination inspection functions, rationalize the fee structure of key clearance charges and ensure efficient implementation of the WTO Valuation Agreement. The project will also ensure that the quality of trade data captured is improved for policy analysis.

Domestic Trade and Distribution. To create an efficiently functioning domestic market for the development and distribution of products for both local consumption and export, and promote consumer welfare. The project was aimed to reduce price fluctuations and improve prices for producers and consumers through better storage, transport and market infrastructure. Commercial market centres and rest-stops will be developed in key trading areas and the market day concept promoted. It will also aim to reduce high

transport costs through provision of transport infrastructure to priority productive areas and support local contractors. The project will facilitate improved infrastructure such as telecommunications, water and electricity as well as access to land and finance, and enable firms locate outside of the main commercial centres thereby supporting the integration of the rural economy into the wider economy. Business registration and streamlining of trade taxes will encourage informal traders into the tax net.

**Consumer Protection and Fair Trade.** To create an environment that affords protection to consumers and enhances consumer welfare. Under this project, a Consumer Protection Policy and Framework Law was being developed. This will lead to the establishment of a Consumer Protection Authority including Small Claims Courts to facilitate consumer redress. Efficient labelling and a code of practice on advertising will be established to improve the accuracy of information provided to the consumer. The project will promote sustainable and environmentally friendly consumption patterns to ensure sustainable development through education campaigns. Finally, consumers will be educated on their rights, and steps taken to strengthen consumer-oriented NGOs and ensure effective representation of consumers on decision-making bodies.

**Protection of intellectual property rights.** To institute an intellectual property regime that encourages innovation, and facilitates productivity improvement and competitiveness. The project was to strengthen the Registrar General's Department and Copyright Office to effectively administer intellectual property rights. This will include the replacement of the current paper-based system with an automated industrial property management system and electronic copyright registers which will be established as turn-key projects. Relevant legislation will be amended or drafted to ensure effective coverage of all areas of the TRIPS Agreement. Sensitisation of Judiciary through colloquia and educational campaigns for the public to increase awareness will be undertaken. Regarding piracy and counterfeit goods, a task force will be established to eliminate counterfeit goods from the marketplace. To facilitate access to patent information, a patent information point will be established to support entrepreneurs to access relevant information on existing technologies.

**Standards.** Strengthen standards institutions in Ghana to become internationally competitive. This project streamlined and reorganised

national standardisation and upgraded Ghana Standards Board to internationally competitive levels. It was to introduce a shift from a mandatory to a voluntary approach to standards, which will encourage trade and development. A national standards strategy and action plan was to be developed, which will provide a common understanding amongst all stakeholders to enhance Ghana's standardisation. The project also led to the upgrading of all key laboratories in the country and the introduction of ISO/IEC standards and guidelines. In the medium term this will enable accreditation of the key bodies supporting international trade.

## **КЛАСИФІКАЦІЯ ЛЮДСЬКИХ ПОТРЕБ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ**

**К. О. Авдوخіна**, студентка напряму підготовки «Маркетинг», група МБ-11

**Н. І. Яловега**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Нужда – це внутрішній стан людини, відчуття нестачі чогось, необхідності у чомусь, що виникає стихійно і виражається через свою зовнішню форму прояву – потребу, тобто конкретно виражене бажання задовольнити оце почуття нестачі, необхідності, вийти з цього внутрішнього стану нужди.

Людина, в основному, реалізує задоволення своїх потреб через економіку. Сааме тому ступінь задоволення людських потреб перебуває у прямому взаємозв'язку з рівнем розвитку економіки і культури та зі щаблем соціально-політичної ситуації в країні.

Структура потреб у кожної людини індивідуальна, але існує і багато спільних рис, що дозволяє нам запропонувати класифікацію людських потреб за наступними критеріями:

- за структурою нужд людини (фізіологічні, матеріальні й нематеріальні);
- за статтю (потреби жінок і потреби чоловіків);
- за віком (потреби немовлят; потреби дітей; потреби підлітків; потреби молоді; потреби зрілих людей; потреби людей похилого віку);

– за приналежністю країни чи території до певної цивілізації, тобто за шаблем їх соціально-політичної організації, за рівнем їх економічного та культурного розвитку (потреби диких племен; потреби людей слаборозвинених країн чи територій; потреби людей, які проживають в країнах чи територіях з середнім рівнем розвитку; потреби людей високорозвинених країн чи територій);

– за культурно-освітнім рівнем та професійно-кваліфікаційним ступенем розвитку людини (потреби неосвічених людей; потреби людей з початковою освітою; потреби людей з середньою освітою; потреби людей з вищою освітою);

– за рівнем забезпеченості сім'ї (потреби незабезпечених верств населення; потреби малозабезпечених сімей; потреби середнього класу; потреби забезпечених сімей);

– за ступенем суб'єктивності (індивідуальній й колективній);

– за національним менталітетом (потреби різних націй, народностей, племен з урахуванням звичаїв, традицій, обрядів, релігії, ідеології, мови);

– за географічною ознакою (потреби людей які проживають у різних природнокліматичних зонах – жителів Арктики, тундри, лісотундри, тайги, лісової зони, лісостепу, степу, напівпустелі, пустелі, тропічної та субтропічної зон, Антарктики або ж жителів материкової частини чи острівних країн);

– за нужденністю, тобто за гостротою відчуття нестачі чогось й необхідності у чомусь (потреби, що потребують першочергового й негайного задоволення; другорядні потреби, задоволеність яких може бути відтягнена або розділена у часі; потреби, незадоволеність яких істотно не вплине на життєдіяльність людини);

– за тривалістю відчуття нестачі чогось і необхідності у чомусь (короткочасні та довготривалі);

– за періодичністю відчуття нестачі чогось та необхідності у чомусь (разові, періодичні, хронічні);

– за характером зміни нужденності, тобто ступеня нужди (потреби, що відзначаються наростаючим у часі відчуттям нестачі чогось й необхідності у чомусь; потреби, що характеризуються незмінним у часі відчуттям нестачі чогось і необхідності у чомусь; потреби, що відзначаються затухаючим у часі відчуттям нестачі чогось й необхідності у чомусь).

Відношення значення задоволених фізіологічних, матеріальних і нематеріальних потреб та його приросту до сумарного значення загального обсягу фізіологічних, матеріальних і нематеріальних потреб визначає ступінь задоволення людських потреб або міру щастя людини в статистичній динаміці.

### **Список використаних джерел**

1. Летова И. Потребности. Навыки осознания и удовлетворения потребностей [Електронний ресурс] / Летова И. – Режим доступу: [www.letova.com](http://www.letova.com). – Назва з екрана.
2. The Happy Planet Index 2.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.happyplanetindex.org](http://www.happyplanetindex.org). – Назва з екрана.

### **КОМПЛЕКС «4Р» В СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНІЙ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ**

**А. М. Коваленко**, студентка напрямку підготовки «Маркетинг», група МБ-11

**Н. І. Яловега**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних умовах функціонування ринку все більшого значення набуває концепція соціально-етичного маркетингу і формування в його межах маркетингового комплексу. Відмінність соціально-етичного маркетингу від інших типів маркетингу полягає в тому, що підприємство, яке задовольняє потреби і запити покупців, повинно діяти з урахуванням довготермінового добробуту суспільства і споживачів.

Маркетинговий комплекс (marketing mix) – набір основних компонентів маркетингового впливу, що піддаються контролю з боку підприємства і використовуються ним під час продажу товару у прагненні викликати бажану відповідну реакцію ринку.

У 1965 р. Дж. Маккарті запропонував класифікацію, названу «4Р», що об'єднує чотири елементи (Price (ціна) – Place (розподіл) – Product (товар) – Promotion (просування)). Ці елементи є компонентами основних маркетингових стратегій і створюють такий комплекс маркетингу, який впливає на розвиток будь-якої організаційної маркетингової стратегії і тактики.

На сучасному етапі розвитку науки комплекс маркетингу є стандартом у теорії та практиці маркетингової діяльності, але

через швидкі зміни ринкового середовища та споживчих цінностей покупців концепція «4Р» зазнала деяких доповнень. Була сформульована ціла низка додаткових або альтернативних класифікацій, беручи за основу сформовану концепцію, доповнюючи її новими елементами, що об'єднуються у такі моделі, як «5Р», «7Р», «12Р» тощо. Можна стверджувати, що кожний новий зміст за своєю суттю містить ті елементи, які раніше входили у попередній комплекс маркетингу, та відбиває зв'язки між його складниками.

Але, відштовхуючись від класичного розуміння комплексу маркетингу у розрізі 4-х елементів, вбачаємо за доцільне висвітлити їх значущість у концепції соціально-етичного маркетингу (табл. 1).

**Таблиця 1 – Соціально-етичний маркетинг в розрізі елементів маркетинг-міксу**

<b>Елементи «4Р»</b>	<b>Елементи альтернативних класифікацій маркетинг-міксу</b>	<b>Окремі напрями реалізації соціально-етичних підходів у маркетингу</b>
Продукт	якість, безпека, стандарти, упакування, сприйняття бренду	– побудова системи R&d (research and development) на засадах етичності та відповідальності перед споживачами і довкіллям; – забезпечення якості та дотримання стандартів; – відмова від використання у виробництві екологічно шкідливих компонентів
Ціноутворення	стратегічні, тактичні	– правильне позиціонування за ціною; – адекватні методи та моделі ціноутворення; – політика знижок та бонусних програм
Вибір каналів збуту, місць продажу	процес продажу; обслуговування; умови, що створені продавцем для ефективного продажу	– програми співпраці з посередниками, дистриб'юторами; – безпечні технології транспортування; – співпраця з місцями продажу для підвищення ефективності обслуговування споживачів

Елементи «4Р»	Елементи альтернативних класифікацій маркетинг-міксу	Окремі напрями реалізації соціально-етичних підходів у маркетингу
Просування продукту на ринку	засоби маркетингових комунікацій	– надання повної та об'єктивної інформації про товар; – етичні комунікаційні кампанії; – консультування споживачів щодо особливостей продукції та правильної утилізації залишків товару і упаковки

Отже, реалізація соціально-етичних підходів у маркетингу пролягає у розумінні реальних потреб та інтересів людей та навколишнього середовища, у якому діє підприємство.

### Список використаних джерел

1. Kotler P. (2014) Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/AMA%20Publications/AMA%20Journals/Journal%20of%20Marketing/TOCs/SUM\\_2011.4/reinventing\\_marketing\\_manage.aspx](http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/AMA%20Publications/AMA%20Journals/Journal%20of%20Marketing/TOCs/SUM_2011.4/reinventing_marketing_manage.aspx). – Назва з екрана.

## РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**М. О. Федоша**, студент напряму підготовки «Маркетинг», група МБ-11

**Н. І. Яловега**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Еволюція концепцій маркетингу відбувається відповідно до розвитку бізнес-орієнтацій ринкових суб'єктів в Україні. Черговість етапів розвитку бізнес-орієнтацій і концепцій маркетингу в Україні має специфіку, яка обумовлена макроекономічними, політичними та соціальними проблемами.

У період становлення та розвитку ринкової економіки (90-і роки минулого століття) вітчизняні підприємства дотримувалися

лися базової бізнес-орієнтації «проштовхування товару на ринок» (Product out), за якою продається те, що можна чи вигідно виготовляти. Діяльність підприємницьких суб'єктів за такою бізнес-орієнтацією організовується з використанням активних методів збуту, просування, конкурентної боротьби на ринку для зростання обсягів продажів. Маркетинг виконує вторинну роль, яка зводиться до підтримки та стимулювання збуту і має витратний характер. Така бізнес-орієнтація використовує маркетинг у класичному вигляді та застосовується на більшості вітчизняних підприємств, що пояснюється екстенсивним розвитком ринку. У деяких секторах економіки бізнес-орієнтація Product out залишиться і надалі, здебільшого на ринках неспеціалізованих і недиференційованих товарів.

До бізнес-орієнтації Product out належать три концепції маркетингу, серед яких концепція удосконалення виробництва, удосконалення продукту та інтенсифікації комерційних зусиль. Кожна концепція не заперечує іншу, а може включати її як частину.

Кінець XX – початок XXI століття ознаменувалися розвитком бізнес-орієнтації «притягування товару ринком» (Market in), за якою споживач у конкретний момент часу та конкретному місці бажає купити товар певного підприємства чи торгової марки. Основною метою маркетингової діяльності за такою орієнтацією бізнесу є стабільне зростання продажів і прибутковості у довготривалій перспективі через управління поведінкою споживачів.

Бізнес-орієнтації Market in відповідає концепція традиційного маркетингу (орієнтації на споживача), яка передбачає виконання систематичного дослідження потреб і очікувань споживачів, визначення цільових сегментів та концентрація на них ринкової діяльності підприємства.

За останнє десятиліття активний розвиток отримала бізнес-орієнтація Invest in («притягування інвестицій із зовнішнього середовища бізнесу»), тобто організування діяльності підприємства із формуванням інвестиційної привабливості за рахунок ринкових факторів збільшення капіталізації бізнесу. Успішна діяльність ринкових суб'єктів за бізнес-орієнтацією Invest in можлива за умови постійного вживання спеціальних заходів і маркетингових програм, спрямованих на всі групи інтересів (власників капіталу, працівників, постачальників, споживачів,



партнерів, місцевих органів влади). Реалізація маркетингових програм збільшує розмір капіталу за рахунок матеріальної та особливо нематеріальної частини і сприяє привабливості підприємства для забезпечення сталості власного та залучення додаткового капіталу. Маркетинг розглядається як інвестиційна діяльність, що реалізує стратегічні цілі розвитку ринку підприємства. Значення маркетингу активізується як у напрямку формування маркетингових програм, орієнтованих на інвесторів, так і на зниження ризику втрати ринкової вартості підприємства.

Бізнес-орієнтація Invest in відповідає концепції соціально-етичного (соціально відповідального) маркетингу та її розвитку в концепції маркетингу відносин і утримування споживачів.

За умови сучасних бізнес-тенденцій основою концепції у ринковому середовищі стає боротьба за увагу споживачів. Для багатьох продуктів найважливішим чинником розвитку є формування довгострокових відносин зі споживачами, постачальниками, посередниками через реалізацію програми лояльності та використання інструментарію директ-маркетингу. В Україні концепція маркетингу відносин найактивніше розвивається у сфері послуг, зокрема торгівлі, фінансовому секторі, освіті, деяких галузях переробної промисловості та різних галузях некомерційної діяльності.

### Список використаних джерел

1. Примак Т. Від маркетингу відносин до маркетингу утримування клієнтів / Примак Т. // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3. – С. 42–44.
2. Чейзин Стив. Історія ефективного маркетингу / Чейзин Стив // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 6. – С. 14–16.

## ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ

**Є. О. Давиденко**, студент напряму підготовки «Маркетинг», група МБ-11

**Н. І. Яловега**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Концепція маркетингу повинна бути обрана підприємством залежно від характеристик зовнішнього і внутрішнього середо-

вища підприємства. Чим значніша конкурентна присутність на ринку і чим більше потреб у споживача, тим більш функціональним повинен бути маркетинг. З іншого боку, внутрішнє середовище підприємства повинно відповідати обраній маркетингової концепції. Чим більш функціональний маркетинг, тим більш високі вимоги висувають до внутрішнього середовища підприємства. Тому процес розробки концепції маркетингу трудомісткий, враховує фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

Для розмежування етапів розвитку концепції маркетингу застосовують три головні відмінні критерії:

1. Провідна ідея.
2. Основний інструментарій.
3. Головна мета.

У табл. 1 представлені етапи еволюції концепції маркетингу залежно від зміни суті зазначених елементів.

**Таблиця 1 – Еволюція концепцій маркетингу**

<b>Концепція</b>	<b>Провідна ідея</b>	<b>Основний інструментарій</b>	<b>Головна ціль</b>
Виробнича (1860–1920)	Виробляю те, що можу	Собівартість, продуктивність	Зростання продажів, максимізація прибутку
Товарна (1920–1930)	Виробництво якісних товарів	Товарна політика	Удосконалення споживчих властивостей товару
Збутова (1930–1950)	Розвиток збутової мережі	Збутова політика	Інтенсифікація збуту товарів
Традиційного маркетингу (1960–1980)	Виробляю те, що потрібно споживачеві	Комплекс маркетингу, дослідження ринку	Задоволення потреб цільових ринків
Соціально-етичного маркетингу (1980–1995)	Виробляю те, що потрібно споживачам, з урахуванням вимог суспільства	Комплекс маркетингу, дослідження соціальних та екологічних наслідків виробництва і споживання	Задоволення потреб цільових ринків за умови заощадження ресурсів, охорони навколишнього середовища

Концепція	Провідна ідея	Основний інструментарій	Головна ціль
Маркетинг взаємодії (з 80-х рр. минулого століття)	Індивідуалізація відносин зі споживачем	Управління взаємовідносинами зі споживачем	Побудова системи довгострокових відносин з клієнтом, що заснована на соціальній і технічній адаптації партнерів один до одного і на інвестиціях у відносини

І на завершення огляду еволюції концепцій маркетингу відзначимо, що у зв'язку з переходом до інформаційного суспільства відзначається подальший розвиток концепції маркетингу взаємодії в комунікаційну концепцію. На наш погляд, комунікаційна концепція – це нова гілка в рамках маркетингу взаємодії.

### Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 612 с.
2. Робул Ю. В. Еволюція задач маркетингу на різних етапах еволюції компанії / Ю. В. Робул // Механізм регулювання економіки. – 2016. – Т. 2. Вип. 3. – С. 158–154.

### СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ

**А. П. Яренько**, студентка напряму підготовки «Маркетинг», група МБ-11

**Н. І. Яловега**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Маркетингові відносини підприємства з іншими учасниками ринку здійснюються не в статичному просторі ділового партнерства, а в динамічному полі маркетингової взаємодії, яке слід

розглядати як комплексну категорію, структура якої визначається якісним рівнем розвитку цілого ряду факторів, як макро-, так і мікрорівня. Виступаючи зовнішнім компонентом, поле маркетингової взаємодії поєднує, з одного боку, ресурси маркетингового потенціалу взаємодії всіх учасників, а з іншого боку – забезпечує доступ до інформації про соціальні, психологічні та комунікативні характеристики суб'єктів взаємодії.

Основні риси маркетингових відносин підприємства формуються під впливом мікроклімату поля маркетингової взаємодії, яке представлено факторами стратегічного плану, такими як: привабливість стратегічних зон маркетингової взаємодії (СЗМВ), вхідні бар'єри в СЗМВ, конкурентний тиск у цих зонах; і *тактичними* факторами: ринкова сила учасників маркетингової взаємодії, їхня комунікативна адаптивність, інформаційна доступність та ін.

У полі маркетингової взаємодії відбуваються такі ключові процеси:

- ідентифікація мотиваційних імпульсів учасників взаємодії;
- забезпечення інформаційної підтримки маркетингової взаємодії;
- раціоналізація використання маркетингового потенціалу взаємодії;
- забезпечення комунікативної адаптивності учасників маркетингової взаємодії;
- балансування інтересів суб'єктів маркетингової взаємодії.

До внутрішніх компонентів системи маркетингової взаємодії належать: цілі, структура, стратегії, функції, потенціал маркетингової взаємодії та комплекс маркетингу взаємодії.

До основних цілей підприємства у сфері маркетингової взаємодії можна віднести такі:

- створення нової цінності разом з клієнтами;
- формування взаємин на основі довіри і цінності;
- підвищення лояльності клієнтів цільового ринку;
- забезпечення сталого маркетингового розвитку і високої конкурентоспроможності підприємства за рахунок ефективної реалізації маркетингових відносин;
- забезпечення мінімізації ризиків маркетингової взаємодії.

Основними принципами системи маркетингової взаємодії повинні бути:

- орієнтація на створення унікальних взаємовідносин зі споживачами і бізнес-партнерами;
- індивідуалізація обслуговування бізнес-партнерів на основі пропозиції адаптованих або спеціально створюваних для кожного бізнес-партнера і споживача товарів і послуг за рахунок глибокого знання їхніх потреб і мотивів;
- концентрація маркетингової уваги на довічній цінності споживача;
- вільний інформаційний обмін між суб'єктами взаємодії;
- адаптація маркетингової взаємодії, що забезпечується діями щодо збалансованості, гармонізації інтересів суб'єктів маркетингової взаємодії;
- активне доповнення конкуренції співробітництвом.

Будь-які маркетингові процеси є прямим або опосередкованим наслідком більш масштабних змін у зовнішньому середовищі. Зміни у зовнішньому середовищі як обмежують використання наявних ресурсів для маркетингового розвитку, так і надають підприємству сприятливі можливості для нарощування свого маркетингового потенціалу взаємодії.

До інструментального апарату у структурі маркетингового потенціалу взаємодії слід віднести методи, процедури і техніку своєчасного виявлення зовнішніх можливостей, гнучкої адаптації до них внутрішніх можливостей і ефективної реалізації наявних ресурсів.

### **Список використаних джерел**

1. Безгін К. С. Порівняльний аналіз процесного та функціонального підходів до управління підприємством / К. С. Безгін, І. В. Гришина // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2. – С. 3–7.
2. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – Київ : Хімджест, 2014. – 720 с.

## **ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОНЕСЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДО СПОЖИВАЧІВ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА НИХ**

**В. Ю. Бутенко**, студент напряму підготовки «Маркетинг», група М-41

**В. М. Трайно**, к. е. н., доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Реклама стала комунікацією, яка міцно впровадилася у всі сфери суспільного життя. На сучасному етапі для успішного просування товару підприємствами, а також постійного завоювання ними нових сегментів ринку особливо важливою стає зовнішня реклама, адже кількість рекламних конструкцій постійно зростає. Нові технології дозволяють створювати різноманітні види зовнішньої реклами в короткі терміни. Ефективність зовнішньої реклами дуже висока, так як вона впливає на широкую аудиторію: представники усіх соціальних верств потрапляють під її вплив. Конструкції поширюють рекламу і в денний час, і в нічний.

Зовнішня реклама – це оформлення рекламними елементами об'єктів громадського призначення. Така реклама є достатньо ефективним засобом розповсюдження інформації, так як звертається до великої кількості людей і, як правило, застосовується для рекламування товарів загального чи масового споживання [1]. До носіїв зовнішньої реклами відносять білборди, ситілайти, лайтбокси, конвексборди, беклайти, призматрони, рекламу на транспорті, дорожні розтяжки, вивіски, штендери.

Зовнішня реклама впливає на людей без їх власного бажання. На відміну від реклами в друкованих виданнях, на радіо і телебаченні, ніхто цілеспрямовано не купує її, не включає радіо і телевізор. Вона не супроводжує розважальні програми для залучення аудиторії. Її розміщують найчастіше у тих місцях, де потік людей досить високий; чим більше людей побачить рекламу, тим вищою буде її ефективність.

Виділяють наступні переваги зовнішньої реклами.

1. Зовнішня реклама розташовується повсюди і завдяки своєму широкому поширенню досягає своєї аудиторії. Люди не можуть «вимкнути» чи «викинути» її. Люди поставлені перед

фактом, подобається їм це чи ні. У цьому сенсі, вона дійсно «привертає увагу аудиторії».

2. Необхідно заздалегідь визначитися з цілями, які повинні бути досягнуті за допомогою білборда. Якщо потрібно залучити відвідувачів в магазин (офіс), доцільно розташувати його на самій будівлі магазину (офісу). Якщо ж потрібно залучити споживачів не в конкретне місце, а підштовхнути їх до придбання будь-якого товару або послуги, то краще розташувати рекламний щит на дорозі зі щільним потоком.

3. Зовнішня реклама – чудове доповнення до інших видів реклами у бізнесі. Фактично, найефективніший спосіб – поєднання різних видів реклами [2].

Але при перевагах зовнішньої реклами існують також і недоліки.

1. Зовнішня реклама має швидкоплинний характер. У такому випадку людина переглядає її на протязі 2–3 секунд. Тому для того щоб зацікавити людину товаром або послугою і змусити її дочитати весь текст існує дуже короткий проміжок часу.

2. Рекламні повідомлення повинні бути короткими, щоб людина могла прочитати їх за 2–3 секунди. Дев'яносто п'ять відсотків часу або повідомлення, або аудиторія знаходяться в русі.

3. Цей вид реклами є надто дорогим для проведення короткострокової рекламної кампанії.

Ефективність зовнішньої реклами підприємства залежить від правильності прийнятих управлінських рішень, проте, кожна організація представляє собою відкриту систему, яка може існувати тільки у взаємодії з навколишнім середовищем, внаслідок чого, на будь-яку її діяльність, в тому числі і на рекламу, здійснює вплив зовнішнє оточення. Головні негативні моменти цього впливу – реклама спричиняє стереотипізацію мислення, а відтак – поведінки, нав'язує готові моделі й стандарти життя. Реклама навіює людині думку, що якщо вона купить ту чи іншу річ, то вона стане щасливішою, привабливішою, успішнішою, що це сприятиме підвищенню її статусу. Люди оцінюють себе та інших в залежності від того, чим вони володіють, а не від їхніх особистих якостей. Так формується система цінностей, орієнтована виключно на споживання. Усе це призводить до виникнення у багатьох людей, особливо молодих, комплексу неповноцінності [2].

До реклами можна ставитися по-різному. Але загальноновизнано, що вона давно вже перестала бути просто джерелом інформації про товари і послуги. Психологи вважають її одним з найпотужніших засобів впливу на масову свідомість. Адже техніка переконання у рекламі створює лише ілюзію вільного вибору, нав'язуючи цілком певні стереотипи, стандарти і цінності. Серед негативних моментів цього впливу також створення штучних потреб і поширення далеко не бездоганних естетичних смаків [3].

Отже, зовнішня реклама є одним з найефективніших видів реклами. Проаналізувавши усі переваги та недоліки зовнішньої реклами, можна вважати, що вона не лише інформує, а й має здатність формувати та змінювати світогляд і поведінку людей.

### Список використаних джерел

1. Денисенко Л. Реклама в нашому житті / Л. Денисенко // Наук. світ. – 2008. – № 8. – С. 28–30.
2. Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с.
3. Фінашко В. Зовнішня реклама і земельний податок / В. Фінашко // Вісник податкової служби України. – 2009. – № 5. – С. 35–36.

## РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ У ДОСЯГНЕННІ РИНКОВОГО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

**А. В. Алік**, студентка спеціальності «Маркетинг», група М-21  
**В. М. Бондаренко**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Важливою складовою стабілізації роботи підприємств та усіх учасників ринкових відносин є маркетингова діяльність – як одна із сфер господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом товарів, послуг, виходом підприємств, організацій на зовнішній ринок. Неможливо уявити успішне комерційне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів, інструментів, концепцій. Маркетинг називають «філософією бізнесу», оскільки як філософія є наукою про знання, так маркетинговий спосіб мислення є основою здійс-



нення будь-яких комерційних операцій. Маркетинг – комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства-експортера, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових програм [1].

Роль маркетингу також полягає в тому, що його інструментарій – єдиний фактор впливу на поведінку споживача задля стимулювання збуту власної продукції підприємства. Таким чином, його може формувати та реалізовувати безпосередньо підприємство, яке прагне отримувати прибуток. У свою чергу, формувати цей прибуток можуть тільки споживачі продукції, які її купують. Для того, аби вплинути на споживачів, підприємство реалізує маркетингову політику. З одного боку – це безпосередньо товарна політика (створення товару, який відповідає смакам, потребам та запитам споживачів). З іншого боку – це додаткові фактори впливу безпосередньо на споживача, які реалізує підприємство (наприклад, конкурентоспроможна ціна продукції, доступні та ефективні засоби збуту продукції та ефективні комунікації) [1]. Спрямованість усіх цих маркетингових факторів на споживача повинна зумовити відповідну його поведінку на ринку. Вивчення ринку як такого – це аналітична робота для вибору з множини потенційних ринків таких, які будуть найпривабливішими для підприємства з огляду на потреби споживачів, потенціал ринку, наявність конкурентів і забезпечення прибуткової діяльності підприємства. Мета вивчення ринку – визначення тих пріоритетних ринків, на які доцільно передусім спрямувати ресурси підприємства та маркетингові зусилля. Управління маркетингом – це систематичний цілеспрямований вплив на маркетингову діяльність через планування, організацію, мотивацію і контроль для досягнення маркетингових цілей підприємства [3].

Отже, роль маркетингу полягає в тому, що його інструментарій – єдиний фактор впливу на поведінку споживача задля стимулювання збуту власної продукції підприємства. Таким чином його може формувати та реалізовувати безпосередньо підприємство. Значення маркетингу з кожним днем зростає, так як він є визначальним напрямом успішного управління підприємством, включаючи цілі, стратегії і функції, що забезпечують

стратегічну орієнтацію підприємства та її реалізацію на конкурентному ринку.

### Список використаних джерел

1. Бондаренко В. М. Роль маркетингу в системі управління підприємством / В. М. Бондаренко // Економіка. Управління. Інновації. Електронне наукове фахове видання Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Економічні науки. – Житомир : ЖДУ, 2015. – № 2 (14).
2. Бондаренко В. М. Основні принципи стратегічного маркетингового планування на підприємстві / В. М. Бондаренко, З. О. Тягунова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 1 (69). – Ч. 1. – С. 92–99.
3. Зав'ялов П. С. Формула успіху: маркетинг / Зав'ялов П. С., Демидов В. Е. – Москва : Міжнародні відносини, 2014.

### КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ І МАРКЕТИНГ

**М. О. Твердохліб**, студент спеціальності «Маркетинг», група М-21

**В. М. Бондаренко**, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Одна з найважливіших задач підприємства і країни в цілому, нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку. Конкуренція – це економічний важіль стимулювання виробництва і підвищення якості продукції, пристосування її до потреб споживачів, одна з об'єктивних умов функціонування і розвитку фірми на базі міжнародного поділу праці [1]. В умовах сучасного стану ринку підтримка підприємством високого рівня конкурентоспроможності продукції досягається шляхом корегування чинників, які є вирішальними для споживача при виборі товару та застосування їх у комплексі. Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показують міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність, у найширшому розумінні, визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу [4].

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. Найчастіше її розглядають у двох аспектах: 1) конкурентоспроможність товару – його ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними і т. д.; 2) конкурентоспроможність фірми – рівень її компетенції відносно інших фірм-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу [3]. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, галузі, національного господарства або нації мають свою специфіку. Так, конкурентоспроможність продукції трактують як комплекс споживчих і вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників.

Отже, конкурентоспроможність є важливою характеристикою господарюючого суб'єкта, за рахунок якої визначається його місце та місце його продукції на ринку. Конкурентоспроможність можливо визначити лише шляхом порівняння певних характеристик конкуруючого суб'єкта з іншими [2]. В умовах глобалізації та інтернаціоналізації світового економічного простору актуальність визначення конкурентоспроможності продукції та її оцінки доводиться тим, що вона, з одного боку, не тільки допомагає позиціонувати підприємство на галузевому ринку, а й є базою для прийняття управлінських рішень: удосконалення структури управління підприємством, підвищення ефективності виробництва, залучення зовнішніх інвесторів, розробки стратегії виходу на нові ринки збуту тощо. Як вже встановлено конкурентоспроможність продукції – це сукупність її якісних та вартісних характеристик, яка забезпечує задоволення конкретної потреби визначеної групи споживачів.

Конкуренція на ринку стає все жорсткіша, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Тому виникає необхідність в постійному пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства. На основі вище викладеного, мож-

на відзначити, що підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку є основним стержнем його ефективної господарської діяльності, а пошук основних економічно ефективних напрямків реалізації товарів забезпечить підприємству одержання прибутку. Інакше кажучи, щоб досягнути конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку потрібно корегувати деякі чинники (якість продукції, ціна, сервісне обслуговування), що є вирішальними для споживача при виборі товару та застосування їх у комплексі.

### **Список використаних джерел**

1. Бондаренко В. М. Формування інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності підприємства / В. М. Бондаренко // Інформаційно-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси. Право». – 2015. – № 9/2. – С. 4–7.
2. Зав'ялов П. С. Формула успіху: маркетинг / Зав'ялов П. С., Демидов В. Е. – Москва : Міжнародні відносини, 2014.
3. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Борисюк, А. В. Єрмоєнко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. пр. – Київ : НАУ, 2012. – Вип. 33. – С. 14–19.
4. Синьогуб Н. В. Елементи комплексної системи заходів оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку [Електронний ресурс] / Н. В. Синьогуб, І. В. Амеліна. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/p=24347>. – Назва з екрана.

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПАНЧІШНО-ШКАРПЕТКОВИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ**

**А. О. Згурська**, студентка напряму підготовки «Маркетинг», група 2112

**О. М. Вовчанська**, к. е. н., доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

Панчішно-шкарпеткові вироби займають помітне місце у структурі обсягів виробництва товарів вітчизняної легкої промисловості. Сьогодні в Україні налічується понад 30 середніх і малих підприємств панчішно-шкарпеткової галузі, серед яких провідними є: ТОВ «Дюна-Веста» (Львівська обл., м. Червоноград), ПП «Лонкаме» (м. Львів), ТОВ «Мальва ІКО» (м. Чернівці), ТОВ «Смалій» (Луганська обл. м. Рубіжне), ТОВ торговий

дім «Теркурій» (м. Тернопіль), Житомирська панчішна фабрика «Легка хода» (м. Житомир), ТОВ «Харківська панчішно-шкарпеткова фабрика» (м. Харків), «PINOFINO™», «Нова Лінія».

У 1990 р. промисловість України випускала 443 млн. пар панчішно-шкарпеткових виробів. У 2017 р. виготовлено 78,7 млн пар шкарпеток, що на 7,8 % менше ніж у 2016 р. (рис. 1). Загальне збільшення обсягів ринку з 2003 по 2017 рр. склало 181,8 %.

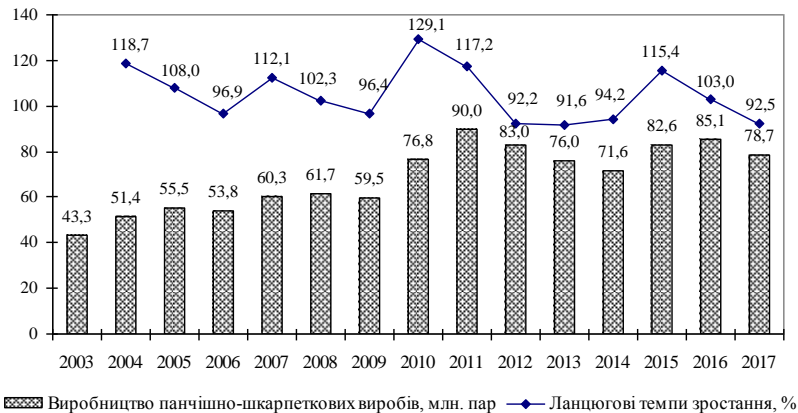


Рисунок 1 – Динаміка виробництва панчішно-шкарпеткових виробів в Україні у 2003–2017 рр. [1]

На ринку панчішно-шкарпеткових виробів спостерігаються позитивні зрушення до нарощування виробництва. Проте є чинники, що стримують ефективний розвиток ринку панчішно-шкарпеткових виробів: заповнення внутрішнього ринку імпортованими товарами; відсутність сприятливих умов для закупівлі технологічного устаткування, яке не виробляється в Україні; розформування підприємств на дрібні виробництва, що переходять на єдиний податок або в тіньове виробництво. Інформація державної служби статистики свідчить про слабку роль вітчизняного виробництва та нарощування імпортової складової (рис. 2). Частка продажу панчішно-шкарпеткових виробів, що вироблені на території України у 2015 р. склала 40,1 %, у 2016 р. – 37,3 %.

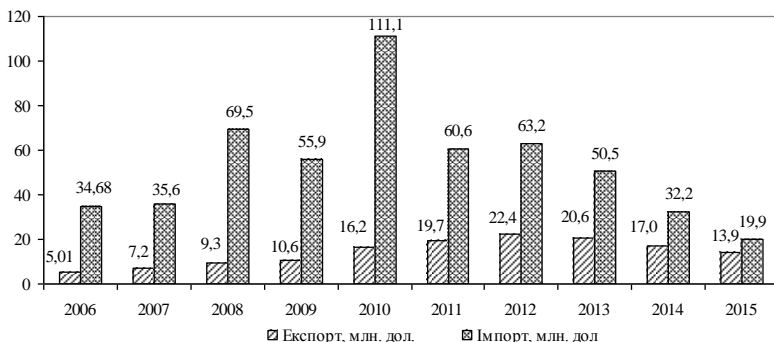


Рисунок 2 – Співвідношення експорту та імпорту панчішно-шкарпеткових виробів в Україні у 2006–2015 рр. [1]

Виробничі потужності досліджуваного підприємства ТОВ торговий дім «Теркурій» (м. Тернопіль) складають 1 млн пар на місяць. Компанія експортує свої вироби до США, Канади, Німеччини, Австрії, Чехії, Росії. Підприємство оснащено найсучаснішим високотехнологічним сучасним текстильним обладнанням з комп'ютерних управлінням провідних європейських фірм-виробників Чехії, Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії, що дає можливість виготовляти продукцію широкого асортименту і Європейської якості [2].

Маркетингові дослідження споживчих уподобань покупців панчішно-шкарпеткових виробів свідчать про наступне: покупця більше цікавить не країна виробника (14 % респондентів) та відомість марки панчішно-шкарпеткових виробів (21 % респондентів), а якість (37 % респондентів) та ціна товару (45 % респондентів). Одночасно, прослідковується загальна тенденція до збільшення частки покупок у спеціалізованих магазинах і супермаркетах.

### Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. ТОВ торговий дім «Теркурій» [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://terkuriy.business-guide.com.ua/> – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 17. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

---

### **ПРАВИЛЬНЕ ЮЗАБІЛІТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ: АКТУАЛЬНІСТЬ І ВПЛИВ НА ПРОДАЖІ**

*О. С. Скубій, студентка спеціальності «Товарознавство і комерційна діяльність», група ТЖД-51м*

*М. М. Хурса, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Актуальність теми полягає в тому, що юзабіліті інтернет-магазину важлива характеристика для досягнення успіху у сфері Е-commerce. Юзабіліті відповідає за зручність користування веб-ресурсом. В його основі лежать принципи простоти та доступності сайту для розуміння користувачами. Іншими словами, відвідувач повинен здійснювати всі дії інтуїтивно, без додаткового навчання.

Комфортний, зрозумілий, інтерактивний інтернет-магазин привертає увагу потенційних покупців і зацікавлює їх. Зараз багато сайтів у сфері Е-commerce не здатні утримати користувачів просто тому, що незручні. Якщо головна або будь-яка інша сторінка, на яку перейшов відвідувач, не відповідає на його питання – він іде. Якщо інформація викладена в складному для сприйняття вигляді – він іде. Тому було проведено юзабіліті аудит щодо виявлення типових помилок юзабіліті вітчизняних інтернет-магазинів та їх уникнення[1].

Юзабіліті аудит сайту – це сукупність дій і заходів, спрямованих на виявлення нюансів, які створюють труднощі в процесі взаємодії з веб-ресурсом [2–3]. Аудит юзабіліті складається із:

1) аналізу елементів структури, зрозуміла навігація і розділи, робота посилань і фільтрів;

2) технічні параметри: швидкість завантаження і відображення на всіх девайсах, кросбраузерність, функціональність всіх елементів;

3) дизайн: оцінка якості елементів сайту, оформлення ресурсу в цілому;

4) контент: перевірка наповнення на логічність і доступність, чи вирішує контент поставлені завдання;

5) конверсійні шляхи: тестування всіх складових конверсії, щоби нічого не заважало в процесі основних дій до здійснення покупки.

Так, в ході проведення юзабіліті аудиту було виявлено декілька популярних помилок вітчизняних інтернет-магазинів: надлишкова анімація; погана читабельність; відсутність вільного простору між складовими веб-сайту; занадто складний дизайн та відсутність мобільної версії сайту магазину.

Щоб удосконалити роботу вітчизняних інтернет-магазинів виявивши їх найпопулярніші помилки юзабіліті, можна, внести такі рекомендації:

1) час завантаження сторінок має становити не більше 10 секунд (чим менше, тим краще);

2) сайт інтернет-магазину повинен відображатися у всіх браузерах без значних похибок;

3) наявність мобільної версії інтернет-магазину;

4) наявність клавiші «Пошук» на сайті інтернет-магазину;

5) використання трирівневої структури сайту, тобто, щоб відвідувач міг потрапити в будь-яку статтю за три клацання мишею;

6) колір поля форми пошуку повинен бути білий і ширина повинна становити не більше 30 символів;

7) використання помірної кількості анімації та інше.

Отже, сьогодні власнику вітчизняного інтернет-магазину важливо проводити аудит юзабіліті та враховувати всі рекомендації щодо покращення роботи власного веб-сайту. Адже впровадження рекомендації щодо юзабіліті у своїй діяльності може знизити ціну за залучення нового клієнта та скоротити витрати на клієнтську підтримку, що в свою чергу дасть змогу збільшувати свої прибутки при незначних затратах коштів та часу.

### **Список використаних джерел**

1. Тренди інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: [https:// www.lemarbet.com.ua/rati](https://www.lemarbet.com.ua/rati). – Назва з екрана.
2. Чорнявий О. А. Просування інтернет-магазинів. – 2017. – № 7. – С. 16–18.
3. Чорний А. І. Впливи на продажі: юзабіліті : монографія / К. В. Сарно, В. А. Козейн. – Київ : Вид-во КНУЕТ, 2016. – 23 с.



## ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*Н. М. Бикова, студентка напряму підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЕМС-42і*

*Т. Є. Іщеїкін, к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Із розвитком ринку в Україні та посиленням конкуренції починає зростати попит на кваліфіковані логістичні послуги, що стимулює розвиток ринку логістики. Геостратегічне положення нашої держави та активний розвиток електронної комерції як активного споживача логістичних послуг на тлі глобалізації світового ринку і зростання обсягів транзитних перевезень свідчить про великий потенціал України у даній сфері, про доцільність розвитку логістичного ринку як однієї із пріоритетних галузей народного господарства.

Український логістичний ринок поступово розвивається, однак темпи його розвитку значно менші, порівняно із розвитком світового ринку логістики, саме тому дослідження сучасного стану та перспектив розвитку ринку логістичних послуг України є надзвичайно актуальним

На сьогодні Україна за рівнем розвитку логістики значно відстає від східноєвропейських країн. Сфера логістики фінансує близько 15 % надходжень до бюджету від виробничої сфери, займаючи на ринку послуг близько 40 % ринку.

Згідно з висновками 15-ї Всеукраїнської практичної конференції «Прорив в логістиці: досягнення максимальної гнучкості, швидкості, надійності в ланцюгу поставок і скорочення витрат, яка була проведена 27 травня 2016 року, для сучасної вітчизняної логістики характерні такі тенденції:

- підприємства все активніше впроваджують принципи Lean (безвідходної) логістики, скорочуючи вартість та підвищуючи рівень обслуговування клієнтів шляхом ліквідації процесів, які не додають цінності продукту. При цьому Lean - технології стають частиною менеджменту керівництва підприємства, його філософією управління;

- на ринку все більшим попитом користується послуга передачі (аутсорсинг) виробничими та торговельними компа-

ніями бізнес-процесів з метою зниження власних логістичних витрат;

- автоматизація стає невід’ємною частиною логістики, дозволяючи логістичним компаніям оптимізувати бізнес-процеси і підвищувати тим самим свою конкурентоспроможність;

- досвід зарубіжних компаній доводить, що все більшого значення набуває управління ланцюгами поставок (так звані «інтегровані ланцюги поставок»), завдяки яким компанія може підвищити ефективність бізнесу на 20–30 %;

- логістичні компанії все більш активно шукають і застосовують нові прийоми і способи оптимізації бізнесу, впроваджуючи найсучасніші розробки.

За даними інформаційного агентства «All Retail», розвиток логістичного бізнесу в Україні стримує відсутність складів. Більшість складів в Україні побудовані ще за радянських часів або перепрофільовані під склади виробничі приміщення підприємств. Лише 10 % складів в Україні відповідають вимогам класу «А» (професійні склади) або «В» (напівпрофесійні склади), 50 % – склади класу «Д» (склади низької якості), 30 % – класу «С» (склади середнього рівня), інші – зовсім не класифіковані. В середньому по Україні на 1 000 осіб приходить менше 15 м<sup>2</sup> складських площ, що в 15–17 разів менше, ніж у країнах Західної Європи.

Серед перспектив розвитку логістичних послуг в Україні виділяють:

- інтеграцію організацій України у світову логістичну мережу, головним чином шляхом впровадження новітніх технологій та обладнання;

- застосування широкого спектру сучасних економічних інструментів у процесі управління логістикою;

- розвиток інтегрованої логістики, що дозволяє об’єднати зусилля керуючого персоналу промислової фірми, її структурних підрозділів та логістичних партнерів у наскрізному управлінні матеріальними та супутніми потоками у повному логістичному ланцюгу «закупівля – розподіл – продаж».

Станом на 2014 рік 45 % ринку логістичних послуг України склали внутрішні доставки, 25 % – контрактна логістика, ще 25 % – міжнародні перевезення, і лише 5 % – митно-брокерське обслуговування. При цьому основними тенденціями вітчизня-

ного ринку логістики є зростання цін на перевезення на 20–40 % залежно від напрямку, зниження вантажопотоку в Західному напрямку і через Одеський порт, в ряді випадків – повне припинення поставок до Криму і на Схід країни, дефіцит транспорту.

За інформацією Світового Банку, у 2016 році Україна посіла 80 місце серед 160 країн світу відповідно до індексу ефективності логістики (LPI – Logistics Performance Index), який створений, щоб допомогти країнам у визначенні проблем і можливостей, з якими вони стикаються у своїй діяльності з організації торгівельної логістики і що вони можуть зробити, щоб поліпшити їх продуктивність.

Розвиток ринку логістики будь-якої країни, в тому числі і України, залежить від стану її економіки. Тому можна виділити наступні фактори, що впливають на розвиток логістичного ринку вантажоперевезень нашої країни в даний час:

- динаміка українського промислового виробництва. У 2016–2017 роках спостерігається зростання загальних обсягів виробництва, але це пожвавлення стосується не всіх груп товарів;

- обсяги внутрішньої оптової та роздрібної торгівлі також останнім часом мають тенденцію до збільшення;

- стан зовнішньої торгівлі. Наслідком скорочення виробництва, зниження курсу національної валюти, загострення відносин з Росією стало скорочення обсягу експорту. Разом з тим, після 2015 року почалося зростання імпорту;

- загальне зниження доходів учасників економічної діяльності змушує їх до мінімізації своїх витрат, в тому числі і за рахунок логістичних послуг.

Під впливом зазначених вище факторів сформувалися поточні тенденції на транспортному логістичному ринку, а саме:

- зниження товарообігу, обумовлене негативним впливом кризових явищ, змінилося з 2016 року процесом збільшення обсягів вантажоперевезень по причині стабілізації економічної ситуації в країні. У 1 кварталі 2017 року зростання обороту вантажів склав майже 10 % в порівнянні з аналогічним періодом минулого року;

- у першому півріччі 2017 року відмічено деякий перерозподіл часток вантажоперевезень між видами транспорту. У цей період, в порівнянні з 1 півріччям 2016 року, відбулося зни-

ження на 1,5 % частки залізниці, а частка трубопровідного транспорту збільшилася на 1,4 %.

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що ринок логістичних послуг в Україні знаходиться на стадії розвитку і становлення, з кожним роком підвищуючи свою ефективність. Динаміка індексу ефективності логістики (LPI) нашої країни свідчить про поступовий розвиток ринку логістичних послуг, однак темпи такого розвитку залишаються нижчими, порівняно із іншими країнами. І не зважаючи на кризові процеси на ринку, які спостерігаються сьогодні, експерти прогнозують подальше його зростання.

Україна має значні перспективи для розвитку ринку логістики, однак слід приділити особливу увагу забезпеченню простоти організації поставок за конкурентоспроможними цінами та прозорості митних служб, покращенню якості інфраструктури пов'язаної з торгівлею і транспортом. Підвищення ефективності ринку логістики призведе до появи на ринку більшої кількості компетентних провайдерів комплексних логістичних послуг, приваблення на ринок закордонних гравців, що матиме позитивний вплив на господарство країни в цілому.

### **Список використаних джерел**

1. Кальченко А. Проблеми логістичного ринку послуг / А. Кальченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 1. – С. 59–63.
2. Кислий В. Розвиток транспортно-логістичних кластерів в Україні / В. Кислий, Т. Жарик // Економіка України. – 2010. – № 12. – С. 28–36.

### **ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ**

**Д. Г. Волкова**, студентка напряму підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЕМС-42і

**Т. Є. Іщейкін**, к. е. н. доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Туристичні послуги – це послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги

закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Сьогодні подорожі та відпочинок стають невід'ємною частиною життя населення всіх континентів і, як наслідок, у структурі витрат середньостатистичної сім'ї, витрати на туристичні послуги – це четверта стаття після витрат на харчування, одяг та обслуговування автомобіля.

Протягом 2011–2014 рр. суб'єктами туристичної діяльності в Україні було обслуговано 8,3 млн екскурсантів, у 2014 р. кількість екскурсантів зросла на 41,1 % у порівнянні з 2011 р.

У 2015 р. було обслуговано 1,9 млн екскурсантів, що на 20,8 % менше ніж у 2014 р. У 2016 р. відбулося зростання кількості екскурсантів на 2,3 % у порівнянні з 2016 р., а у 2017 р. – зменшення на 32,28 % у порівнянні з 2016 р.

Це зменшення кількості обслугованих туристів можна пояснити двома чинниками:

- по-перше підвищенням валютних курсів (євро та долар), що призвело до підвищення вартості путівок у гривні;

- по-друге кризою, яка змінила ставлення українців до відпочинку.

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності в Україні, протягом 2013–2017 рр. зростає та становить у 2017 р. 9,388 млрд грн, що у 3,4 рази більше ніж у 2013 р.

В Україні туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд.

Україна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатий природний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал.

Унікальні рекреаційні ресурси є у Карпатах, Передкарпатті і Закарпатті. Тут розташовані джерела цінних і різноманітних за своїм хімічним складом та лікувальними властивостями мінеральних вод, великі масиви лісів.

Пляжні ресурси зосереджені в приморських територіях Одеської, Миколаївської, Херсонської, Запорізької областей.

Вагомою складовою туристичного потенціалу країни є історико-культурні пам'ятки: Київської Русі IX–XII ст. у Києві, Чернігові, Каневі, Овручі, Володимирі-Волинському; оборонної архітектури (фортеці в Луцьку, Кам'янці-Подільському, Хотині,

Білгороді-Дністровському, Ужгороді та Мукачевому); палацеві комплекси на Львівщині та Чернігівщині; пам'ятки культової архітектури в Києві, Львові, на Івано-Франківщині, у Почаєві, Мукачевому і Чернівцях, а також дерев'яної культової та цивільної архітектури в Карпатах.

Природний потенціал України складають узбережжя Чорного та Азовського морів, рельєф, водні (понад 70 тис. річок, більше 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ), лісові, рослинні та тваринні ресурси.

Розвивати туризм в Україні треба за шістьма основними напрямками:

- пляжний відпочинок;
- лікувальний відпочинок (рекреаційні ресурси Карпат);
- унікальна історична спадщина (Київ, Львів, Тернопільщина, Запоріжжя);
- релігійний туризм (Києво-Печерська Лавра й Софійський собор, Почаїв, Умань);
- «зелений» туризм (Карпати, Волинь, Поділля, Київщина);
- екстремальний туризм (Чорнобиль, граничні спуски карпатських рік).

Головні стратегічні напрями подальшого розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України такі:

- забезпечення загальнодержавної і регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств інших форм власності, а також окремих громадян;
- створення розвиненої туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам;
- забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини українського народу;
- розвиток інформаційно-рекламної і маркетингової діяльності;
- підготовка і перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для потреб рекреаційно-туристичної діяльності.

Реалізація вказаних заходів дасть змогу підвищити темпи розвитку туристичної галузі, проводити активну загальнодержавну політику в цій важливій складовій економіки України, забезпечити координацію заходів центральних і місцевих орга-

нів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій, стимулюватиме місцеву ініціативу, розвиток соціального туризму.

Це, у свою чергу, сприятиме збільшенню туристичних потоків на внутрішньому ринку туристичних послуг, формуванню мережі економічно самодостатніх туристичних центрів та курортів як рекреаційної, так і лікувальної спеціалізації, створенню необхідних умов для швидкого розвитку суміжних галузей, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів.

### **Список використаних джерел**

1. Біркович В. І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України / В. І. Біркович // Статистика України. – 2006. – № 3. – С. 83–86.
2. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі [Електронний ресурс] / І. Бурнашов.-Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853>. – Назва з екрана.
3. Державної служби статистики України [Електронний ресурс]: офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРИВАТНИМИ ПІДПРИЄМЦЯМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬГОСППРОДУКЦІЄЮ**

**В. В. Мілованов**, студент спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група 17-0412-101

**І. П. Міщук**, д. е. н., доцент, професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник  
*Львівський торговельно-економічний університет*

Забезпечення просування виготовленої продукції від виробників до роздрібних торговців в сучасних умовах покладається на оптову торгівлю, яка закупає велику кількість товарів і далі продає їх винятково для перепродажу, проте вже більш дрібними партіями чи в підсортованому вигляді, а також великим споживачам для перепродажу чи використання у виробничому процесі. У 2016 р. в Україні діяло 34,6 тис. од. підприємств, основним видом діяльності яких була оптова торгівля; при цьому лише за останні 3 роки (2014–2016 рр.) чисельність підпри-

емств оптової торгівлі скоротилася на 5,9 тис. од, або на 14,6 % проти показника 2014 р. [1]. Поряд з цим, значна частина суб'єктів оптової торгівлі здійснює торговельну діяльність у статусі приватних підприємств. – Проведений на прикладі ФОП Черепаня В. П., який здійснює торговельну діяльність у сфері спеціалізованої оптової торгівлі фруктами й овочами, аналіз стану та проблем провадження оптової торгівлі суб'єктами приватного підприємництва показав, що особливістю її здійснення є практично одноосібне виконання суб'єктом підприємництва комплексу комерційної роботи з оптових закупівель продукції рослинництва та її оптового продажу в поєднанні з використанням орендованих складських приміщень для складського опрацювання запасів реалізовуваних товарів та мінімальним кадровим забезпеченням виробничо-логістичних бізнес-процесів.

Для провадження спеціалізованої оптової торгівлі продукцією рослинництва ФОП Черепаня В. П. застосовує тактику закупівель насіннячкових плодів (яблука, груші) і капусти від агропідприємств Мукачівського району, закупівель картоплі, моркви, буряка – від товаровиробника з Волинської області, натомість, закупівлі тропічних і цитрусових фруктів, а також часнику, цибулі та сухофруктів, здійснюються від торговельних посередників на ОРСП «Шувар» (м. Львів). – Такий підхід до формування асортименту продукції рослинництва дозволяє сформувати пропозицію найбільш запотребованих видів фруктів і овочів та реалізовувати підсортовані партії оптовим покупцям в порядку вільної реалізації (суб'єктам роздрібної торгівлі, ресторанно-готельного бізнесу, дрібним підприємствам харчової промисловості) або за угодами закупівель продукції за кошти державного чи місцевих бюджетів (установам та закладам бюджетної сфери). Поряд з цим, скорочення частки реалізації товарів за процедурами оптових публічних закупівель у 2016–2017 рр. зумовило вихід ФОП Черепані В. П. на місцевий торговий комплекс – ринок «ГІД» (м. Мукачєво) та організацію на ньому оптової та дрібнооптової торгівлі овочевою продукцією.

Загострення проблеми оптової реалізації овочів і фруктів, яке знайшло відображення в загрозливому скороченні обсягів оптового товарообороту ФОП Черепані В. П., значною мірою зумовлене застосуванням організаційної моделі бізнесу, орієнтованої на самостійне виконання підприємцем практично повного комп-



лексу як комерційної роботи, так і складських процесів, що призвело до провалів в проведенні маркетингових досліджень, організації господарських зв'язків на засадах використання недосконалих разових договорів оптової купівлі-продажу, з ігноруванням можливостей договорів поставки як інструмента забезпечення стабільних продажів продукції, наростання випадків зривів графіків роботи складського господарства, зростання логістичних витрат через неналежну організацію транспортних операцій і неповне використання потужностей орендованих складів тощо.

Проблеми і недоліки в організації комерційної роботи з реалізації овочів і фруктів оптовим торговцем, які знайшли відображення в падінні обсягів оптового товарообороту ФОП Черепані В. П., обумовлюють потребу в активізації відповідного комплексу бізнес-процесів, зміні організаційних підходів до провадження оптової торгівлі суб'єктом малого підприємництва, перегляді організаційної моделі роботи даного оптового торговця, оптимізації чисельності працівників, розробці та реалізації заходів з удосконалення комерційної роботи з оптового продажу товарів, уточненні власної асортиментної політики і відбору асортименту товарів в тісному взаємозв'язку з орієнтацією на реальні, гарантовані можливості їх подальшого збуту, аналізі прийнятої системи ціноутворення та її перегляді з урахуванням можливостей зменшення витрат обігу, пов'язаних із закупівлею товарів від виробників і доведенням їх до споживачів, розробці гнучкої системи знижок для оптових покупців овочів і фруктів, календаризації заходів з активізації збуту пропонованої продукції рослинництва, підвищенні ролі оптового торговця в процесі товаропостачання роздрібної торговельної мережі за рахунок здійснення ЦДТ в межах укладених договорів поставки овочів і фруктів, використанні реклами і методів стимулювання продажу товарів в єдиному комплексі проштовхування товарів на ринок, підвищенні ефективності використання складського господарства й організації перевезень власним транспортним засобом.

### **Список використаних джерел**

1. Діяльність підприємств оптової торгівлі у 2016 році [Електронний ресурс]: доповідь Державної служби статистики: офіц. сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.

## СЕКЦІЯ 18. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

---

### ОБЕРЕЖНО ІГРАШКА

*Я. В. Шевчук, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51*

*Н. В. Омельченко, к. т. н., професор, завідувач кафедри експертизи та митної справи, начальник науково-дослідного центру – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки та торгівлі»*

Обирати іграшки – ціла наука, яку доводиться опановувати батькам, аби їхнє чадо росло щасливим та пізнавало навколишній світ. Адже саме під час ігор дитина вчиться спілкуватися, виражати емоції, думати. За допомогою іграшок моделює найрізноманітніші життєві ситуації та із задоволенням приміряє на себе обов'язки дорослих.

Втім не всі замислюються над тим, що яскрава, приємна на дотик іграшка приховує багато небезпек. Безневинний на перший погляд подарунок може викликати у дітей алергію, спровокувати нудоту, подразнення слизових оболонок дихальних шляхів чи навіть згодом призвести до захворювань шкіри, бронхіальної астми чи розладів нервової системи [1].

Зокрема, формальдегід часто викликає алергічні реакції, подразнює слизові оболонки очей та дихальних шляхів, впливає на центральну нервову систему, викликає дерматити. Дитина, бавлячись такою іграшкою, може чхати, кашляти, з'являється слюзовиділення. А от вдихання фенолу викликає подразнення слизових оболонок, а при контакті зі шкірою – опіки. У дитини можуть з'явитися нежить, запаморочення, головні болі, блювота, порушення сну, задуха, серцебиття.

А, скажімо, толвол викликає подразнення слизових оболонок, швидку втомлюваність дітей, вони стають дратівливими, сонливими. При тривалому контакті може навіть знизитися інтелект.

Якщо в іграшці перевищено вміст свинцю, навіть невеликі дози цього металу є шкідливими. Свинець часто знаходять в іграшках і дитячих аксесуарах китайського виробництва. Най-

частіше він міститься у фарбах, якими покрита іграшка – дитина може отруїтися при ковтанні або вдиханні свинцю. До групи найбільшого ризику відносяться зовсім малі діти, які частіше беруть до рота предмети. Хронічні отруєння свинцем призводять до серйозних порушень, таких як анемія, розлади нервової системи, зниження розумового розвитку дитини (вони погано вчаться у школі, часто мають агресивну поведінку).

У фарбах також міститься кадмій, а у пластмасових іграшках може бути ртуть. Обидва елементи вражають нервову систему, викликають зміни в крові тощо. Діти можуть бути збудженими, часто мають головні болі, запаморочення, безсоння. А якщо дитина контактує з миш'яком, у неї може розвинутися невропатія, м'язова атрофія, порушення пам'яті тощо.

Особливо важливим є склад м'яких іграшок для жування – коли у малюків прорізуються зуби. Якщо вони містять полівінілхлорид, це може призвести навіть до онкології. Наприклад, іграшки з використанням полівінілхлориду в США та Європі не роблять вже близько півстоліття, проте дешевий полімер на повну силу використовується для виробництва іграшок в Таїланді, Кореї та Китаї. Дослідження довели, що іграшки з цього матеріалу містять 40 % токсинів, здатних викликати онкологічні захворювання та негативно вплинути на гормональний обмін. Наявні випадки виявлення у таких іграшках нафталіну, який відноситься до канцерогенних сполук.

У пластикових іграшках можуть міститися фталати, які викликають гормональні зміни у дітей і можуть призвести до проблем з продовженням роду у майбутньому. Між тим, фталати знаходили навіть у смоктунчиках! Скажімо, в ЄС заборонено використовувати фталати у виробництві товарів для дітей. Проте нема жодної гарантії, що виробники дешевих іграшок з того самого Китаю дотримуються норм. Крім того, контроль цього ринку в Україні лише бажати кращого. Тому, якщо є бажання захистити дитину, слід уникати дешевих пластикових іграшок. Краще купити дорожчий товар, але сертифікований та безпечний [2].

### **Список використаних джерел**

1. Дитячі іграшки мають бути якісні // Репортер. Інтернет-видання м. Полтава та області. – Режим доступу: <http://reporter.pl.ua/novini/spozhvvach/9584-dvtjachi-igrashky-majut-butu-jakisnyu> (дата звернення: 11.04.2018).

2. Дешеві китайські іграшки можуть містити токсичні для дитини речовини // Добрий лікар / Розмова з лікарем. – Режим доступу: <http://dobrvilika.com/article/201703/2861-deshevi-kvtavski-igrashky-mozhut-mistyty-toksychni> (дата звернення: 11.04.2018).

## КЛАСИФІКАЦІЯ І ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛИТ ГАЗОВИХ ПОБУТОВИХ

**А. О. Січкара**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**Н. В. Омельченко**, к. т. н., професор, завідувач кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На ринку побутових кухонних плит в Україні є три види плит: газові, електричні та комбіновані – газоелектричні. Газові плити найбільш широко поширені на ринку побутової техніки, адже користуються сталим попитом. Пов'язано це в першу чергу з дешевизною і широким використанням газу в побуті. Купуючи сучасну газову плиту можна не тільки поліпшити якість приготування їжі, але підвищити безпеку, заощадити час і витрати газу. Сьогодні газова побутова плита є майже у кожному домі. На ній ми постійно готуємо, підігріваємо їжу. Асортимент плит газових побутових на ринку України дуже різноманітний. Комбіновані газоелектричні побутові плити, поєднують в собі елементи, характерні як для газових плит, так і для електричних, а комбінації їх можуть бути різноманітними, наприклад, плита може мати панель для варіння, що функціонує, використовуючи газ, а духовка може бути електричною; панель для варіння може бути комбінованою, може мати декілька газових конфорок, декілька електричних та електричну духовку; може мати газову конфорку та газову духовку у поєднанні з функцією електричного гриля. Тобто, у комбінованих газоелектричних побутових плитах для приготування продуктів може використовуватись як газ, так і електрика [1-3].

За стандартною класифікацією (ДСТУ 2204-93) плити газові побутові класифікують за: кількістю пальників: двопальникові (2), трипальникові (3), чотири пальникові (4); за місцем установки: підлогові (в тому числі з убудованим балоном – Б), настільні – Н; можливістю компоновки з кухонними меблями (для підлогових плит): вбудовані – В, ті, що стоять окремо.

Плита газова побутова працює на природному газі. Збільшення або зменшення полум'я здійснюється шляхом регулювання потоку, який подається до газового пальника. Під час проходження через спомпо, відбувається його змішування з повітрям, що призводить до утворення газоповітряної суміші [2].

Деталі побутових плит виготовляють з термічно-стійких, корозійностійких і довговічних матеріалів. Поверхня і деталі плит газових побутових (окрім задньої поверхні) покриваються емаллю (як правило, білою), або виготовляються із нержавіючої сталі. Висота робочого столу побутових плит 850 мм, а ширина – не менше 500 мм. Відстань між центрами сусідніх конфорок 230 мм. Номінальне навантаження пальників повинно забезпечувати рівномірний розігрів духової шафи до температури 285–300 °С не більше ніж за 25 хвилин.

Плити газові побутові мають такі основні елементи: корпус; робочий стіл; конфорки; духова шафа; газорозподільний пристрій з кранами; термостат; електрична запальничка; форсунки, що виконують найголовнішу роль у конфорках. З їх допомогою здійснюється подача газоповітряної суміші на поверхню. Їх отвори мають різний діаметр. Плита газова побутова може комплектуватись кришкою, та без неї. Кришка може бути виконана з металу чи із спеціального скла [4].

Перевагами плит газових побутових є: висока швидкість нагрівання та готування, обумовлена тим, що відкрите полум'я має більшу температуру, ніж електричний ТЕН; сумісність з усіма видами посуду для приготування їжі; менша ціна порівняно з електричними моделями; газ – більш економний ресурс, ніж електрика; простота регулювання температури. До недоліків плит газових побутових належать: неправильна експлуатація газової плити може призвести до витoku газу і вибуху; низька точність регулювання температури в духових шафах; прилади виділяють вуглекислий газ під час горіння; продукти та посуд поблизу горілок сильно копяться через різноманітні речовини, що виділяються в результаті спалювання газу [5].

Отже, щоб зробити вибір, необхідно визначити, яка газова плита краще з усього різноманіття представлених на ринку моделей. Для цього необхідно вивчити сучасні технології і представлені моделі від брендів провідних виробників. Вирішуючи, які газові плити вважаються кращими, не обов'язково розглядати занадто дорогі марки. При середній ціні близько 300 дол. США [1] можна придбати належної якості панель для

варіння з духовкою із сучасних матеріалів, оснащені поворотними зручними регуляторами і пальниками, системою газ-контролю і електропідпалюванням. При цьому духовка шафа може мати систему охолодження і дверцята з двома або трьома захисними стеклами. Духовка при цьому буде мати два нагрівача – верхній і нижній, гриль, що обертається, примусову конвенцію. Разом із тим панель для варіння може мати таймер, функцію підігріву та збереження страви теплою.

### Список використаних джерел

1. Яка газова плита краще і надійніше для використання на кухні? [Електронний ресурс] // Дизайн інтер'єру / Dompostroy. – Режим доступу: <http://dompostroy.com.ua/iaka-hazova-plyta-krashche-i-nadiinishe-dlia-vykorystannia-na-kukhni.html> (дата звернення: 30.03.2018).
2. Плити газові побутові [Електронний ресурс] / Внутрішнє газобладнання будівель // Довідник з інженерного обладнання житлових і громадських будівель. – Режим доступу: <http://bibliograph.com.ua/spravochnik-170-inzhenernoe-oborudovanie/130.htm> (дата звернення: 30.03.2018).
3. Про класифікацію згідно з УКТЗЕД кухонних плит [Електронний ресурс] / Публікація: Прес-служба АМБ // Асоціація митних брокерів України. – Режим доступу: <http://www.ambu.org.ua/node/367> (дата звернення: 30.03.2018).
4. Газова плита [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B0) (дата звернення: 30.03.2018).
5. Кухонні плити: особливості вибору [Електронний ресурс] / Статті // Гіпермаркет 27.UA. – Режим доступу: <https://27.ua/ua/articles/kukhonnye-plity-osobennosti-vybora.html> (дата звернення: 30.03.2018).

### СВІТОВИЙ БРЕНД «PHILIPP PLEIN» НА РИНКУ УКРАЇНИ

**М. А. Мусалієв**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**Н. В. Омельченко**, к. т. н., професор, завідувач кафедри експертизи та митної справи, начальник науково-дослідного центру – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки та торгівлі»

«Philipp Plein» – це німецький бренд, який спеціалізується на виробництві одягу, взуття та аксесуарів для чоловіків, жінок,

молоді і спортсметів. Компанія також спеціалізується на виробництві предметів інтер'єру, меблів і текстилю. Офіційною датою заснування «Philipp Plein» як бренду вважається 2004-й рік, бо у цьому році була запущена перша лінія одягу, яка отримує назву «Fashion». В основному одяг німецького дизайнера орієнтується на молодого споживача. Своїми клієнтами дизайнер вважає сильних молодих людей і дівчат [1].

Особлива увага приділяється якості продукції бренду. Виключно всі свої вироби компанія виготовляє на фабриках, які розташовані в Італії. Для пошиття джинсів «Philipp Plein» компанія використовує виключно високоякісний японський денім. До колекцій бренду часто входять куртки, призначені для байкерів, укорочені жакети, шорти, а також клубні піджаки, що яскраво характеризує основну орієнтацію бренду. Сам дизайнер любить іноді експериментувати з матеріалами і формами. Часто в колекціях бренду можна побачити поєднання класичного крою з різноманітними стилями – навіть спортивним.

Відданість екстраординарності, красі і пристрасті до рок-н-ролу – це сильні риси характеру, які змусили Філіппа Плейна створити бренд, відомий як неприборкана розкіш і різкий стиль. Філіп Плейн народився в Мюнхені в 1978 році і отримав освіту в Швейцарії і Німеччині. Його великий інтерес до мистецтва, архітектури і зарубіжних культур формувався на ранньому етапі життя завдяки тривалим подорожам зі своєї сім'єю. У 1998 році він увійшов у світ дизайну, виробляючи ексклюзивні меблі зі сталі і шкіри спочатку для сім'ї та друзів, і незабаром це стало професійною діяльністю назавжди. Його експерименти зі шкіряними предметами одягу та аксесуарами, нарешті, привели до створення власного модного бренду в 2004 році. Компанія продовжувала рости, і в 2008 році були досягнуті дві основні віхи з відкриттям першого флагманського магазину в Монте-Карло і першої комерційної виставкової зали у Мілані. Сьогодні оборот компанії складає більше двохсот мільйонів євро.

За словами покійного Франка Соццани, головного редактора культового журналу «Vogue», «Philipp Plein» є унікальним брендом, оскільки він забезпечує радість життя. Чергова демонстрація сильної інтуїції Філіпа Плейна, щодо міжнародних тенденцій, продовження співпраці бренду у світі спорту, з різними групами і талантами (Ніко Хюлькенберг, Мауро Ікарді, Флойд Мейвезер).

Отже, Компанія «Philipp Plein» була створена у 1998 році, А у 2000 році була виготовлена перша колекція, яка включала домашні меблі. І тільки у 2004 році була представлена перша колекція повсякденної моди, у 2006 запуск колекції аксесуарів. Починаючи з 2008 року «Philipp Plein» здійснювала запуск колекцій моди «Philipp Plein» в показах яких брали участь всесвітньо відомі моделі: Наомі Кемпбелл, Ірина Шайк; популярні репери: Ангел Хейз, Ja Rule, співачка Рита Ора.

Понад сто двадцять монобрендових магазинів «Philipp Plein» можна знайти сьогодні по всьому світу: у Нью-Йорку (Бeverлі-Хіллз), Лондоні, Парижі, Мілані, Гонконзі тощо. У 2011 році розпочалася співпраця з архітектурною фірмою Мілана «Aquilì Alberg» з розширення мережі монобрендових магазинів «Philipp Plein» по всьому світу. Підбираючи тенденцію темних меблів і матеріалів, бутики були спроектовані як оази світла, з люстрами з муранського кришталю і постійно присутніми шипованими черепами (рис. 1а), що вітають клієнтів біля входу. Причому зображення у вигляді черепа можна знайти безпосередньо на виробках (рис. 1б, в).



а



б



в

Рисунок 1 – Відображення стилістичного шипованого черепа:

а – біля входу до магазину; б – на хутряному пальто (перед);

в – на хутряному пальто (спинка)

У 2016 році була відкрита інноваційна концепція магазину для запускової перед цим лінії «Plein sport». Реалізоване у співпраці з архітектурною студією CLS в Мілані, торговельні площі перетворюються в розкішний спортзал.

«Philipp Plein» пропонує різноманітний асортимент виробів для жінок, чоловіків, молоді та спортсменів. Чоловікам «Philipp Plein» пропонує широкий асортимент взуття (чоботи, класика, взуття без підборів, сандалі, кросівки), аксесуарів (окуляри,



годинники, гаманці, краватки, краватки-метелики, ремені, головні убори, рукавички, брелоки, чохли для телефонів), сумок (рюкзаки, сумки-тоут, борсетки і теки, дорожні сумки, чоловічі косметички) та одягу.

Одяг для чоловіків поділяється за призначенням на: верхній, пляжний, спортивний та нижня білизна. Плечовий одяг представлений такими видами як: светри (трикотаж), блейзери, рубашки, поло, футболки; поясний – джинси та брюки. В асортименті одягу для чоловіків костюми займають суттєву частку. До основних видів верхнього одягу, що пропонує своїм споживачам «Philipp Plein» слід віднести: пальто, куртки, жилети. За матеріалом, з яких виготовлений верхній одяг [2] його поділяють на: із тканини (пальто, куртки, жилети); шкіри (куртки), хутра (пальто). За довжиною пальто поділяють на: парки (вкорочене пальто) і довге.

Отже, рушійною силою компанії є людське натхнення і творчість з метою встановити тенденції, а не дотримуватися їх. Це сильне переконання проклало шлях до того, щоб стати сьогодишнім міжнародним брендом способу життя «Philipp Plein». Всі колекції компанії можна розглядати як твори мистецтва. Мода для «Philipp Plein» – данина поваги модним індивідуалістам, які жадають, щоб їх внутрішні бажання стали реальністю. Тому що життя занадто коротке, щоб бути незначним. Завдання компанії завжди полягає в тому, щоб виправдати очікування клієнтів по всьому світу [3].

### Список використаних джерел

1. Follow the Philipp Plein [Електронний ресурс] // Philipp Plein. – Режим доступу: <https://www.plein.com/ua/home/> (дата звернення: 03.04.2018).
2. Верхня одежда [Електронний ресурс] // Для мужчин / Philipp Plein. – Режим доступу: <https://www.plein.com/ua/%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%BC%D1%83%D0%B6%D1%87%D0%B8%D0%BD/%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D0%B0/%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%85%D0%BD%D1%8F%D1%8F-%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D0%B0/> (дата звернення: 03.04.2018).
3. Философия [Електронний ресурс] // О бренде / Philipp Plein. – Режим доступу: <http://world.philipp-plein.com/ru/about/philosophy> (дата звернення: 03.04.2018).

## ПЕРЕВІРКА ЛЕГАЛЬНОСТІ ВВЕЗЕННЯ ТЕЛЕВІЗОРІВ «SAMSUNG ELECTRONICS» НА РИНОК УКРАЇНИ

*О. І. Кулакевич, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51*

*Н. В. Омельченко, к. т. н., професор завідувач кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Телевізійна техніка відноситься до тієї групи товарів, яка присутня в кожній родині. В умовах сьогодення, коли український ринок пропонує споживачам широкий асортимент телевізорів різноманітного типу і функціональних можливостей, пересічному покупцеві досить важко визначитись із вибором фірми і технічних характеристик цих високотехнологічних пристроїв. Буде це відомий багатьом «Samsung» чи модель телевізора від менш відомого виробника, пристрій, що може використовуватися у якості монітора до комп'ютера, чи телевізор, яким можна буде скористатися лише для перегляду телепередач [1]. На ринку України, найбільшу кількість телевізорів пропонують південнокорейські виробники «Samsung Electronics» і «LG Electronics». Третє і четверте місця на ринку телевізорів належить китайським виробникам – «Hisense» і «TCL», п'яте – японській компанії «Sony» [2].

Нерідко пересічний українець стикається з таким питанням: «Чи офіційно завезений цей телевізор в Україну?» [3]. І це питання не безпідставне, адже за даними Асоціації підприємств інформаційних технологій України частка нелегального ринку телевізорів становить близько 15 % [4]. Контрабандна продукція має конкурентну перевагу у вигляді більш низьких цін, що і приваблює покупців. При цьому легальна продукція з причини більш високих цін витісняється за рахунок нелегального імпорту, який поступово збільшує свою частку на ринку. При цьому знижуються відрахування до бюджету. Так нелегальне завезення техніки в Україну призвело до зниження надходжень до бюджету на 4 млрд грн. [4].

«Samsung Electronics Украина» в рамках боротьби з імпортом неофіційних телевізорів запустила спеціальний сайт [5]. Під неофіційними телевізорами «SmartTV» розуміються товари, які

не відповідають українському законодавству та/або можуть нести ризик для користувача. Неофіційні товари можуть імпортуватися як для особистого використання, а фактично – для подальшого продажу (комерційної діяльності), а значить без сплати мита та НДС, що призводить до недоотримання коштів бюджетом. Офіційно імпортована техніка призначена для реалізації на території України ввозиться зі сплатою всіх мит. При цьому єдиним офіційним імпортером телевізорів «Samsung» є «Samsung Electronics Україна Компані» [3]. На сайті [5] можна визначити, чи відповідає українському законодавству телевізор, який ви вже придбали або той, що є у вільному продажу.

Власнику офіційного телевізора надається безкоштовне гарантійне обслуговування в авторизованих сервісних центрах, що є дуже важливим. Також лише на офіційних телевізорах можна активувати «Smart TV», і насолоджуватися всіма перевагами вашого вибору. Окрім того фірма виробник, будь-то «Samsung» чи «LG», не несе відповідальності за якість техніки ввезеної неофіційно. Тому й користування такими девайсами може бути далеким від ідеального [3].

Ознаки офіційного телевізора наступні: містить маркування українською мовою (на пакуванні та телевізорі) та знак відповідності Технічним регламентам, у формі незамкненого з правого боку кола, усередині якого вміщено стилізоване зображення трилисника; в кінці коду моделі на заводській наліпці мають бути літери UA; також на заводській наліпці на зворотному боці приладу має бути зазначений рік виробництва [3]. Якщо ці складові відсутні, то телевізор вважається неофіційним. Найпростіший спосіб у цьому переконатись – ввести код на заводській наліпці на сайті [5]. «Samsung» заохочує виявлення неофіційних телевізорів на всіх етапах. Це означає, що ви можете перевірити як і той телевізор, який вже придбали, так і повідомити про техніку, яку ви помітили у вільному продажі у магазинах. Для початку переконайтесь, що телевізор зроблений саме цього року – тобто рік виробництва на наліпці має бути, зокрема, 2016. Після того ознайомтесь з юридичною інформацією (правилами) на сайті [5] та заповніть відповідну форму. «Samsung» протягом 48 годин опрацює вашу заявку. І якщо техніка, про яку ви повідомили, дійсно ввезена в Україну неофіційно, ви отримаєте поповнення рахунку на 100 грн.

Отже, перевагами офіційно імпортованих в Україну телевізорів «Samsung Electronics» є: значний вибір локальних додатків «Smart TV» з широким вибором відео-контента і ТВ-каналів; своєчасне оновлення додатків; доступ і коректна робота всіх локальних сервісів, послуг та контенту «Samsung Smart TV»; кваліфікована інформаційна підтримка контакт-центра 7 днів на тиждень; якісне й безкоштовне гарантійне обслуговування [3, 5]. А головною «перевагою» неофіційного телевізора є суттєва його дешевизна, тому обирати споживачам.

### Список використаних джерел

1. Як вибрати телевізор – поради фахівців [Електронний ресурс] // Статті / Євро Техніка. – Режим доступу: <https://euro-technika.com.ua/statti/iak-vibrati-televizor-poradi-vid-fahivtsiv> (дата звернення: 30.03.2018).
2. Світовий ринок телевізорів виріс на 1,6 % в 2016 році [Електронний ресурс] // Телеком & IT / РБК – Україна. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/mirovoy-rynok-televizorov-vyros-1-6-2016-1486136805.html> (дата звернення: 30.03.2018).
3. З'явилась можливість перевірити, чи офіційно імпортований ваш телевізор [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2016/11/23/611986/> (дата звернення: 30.03.2018).
4. Стоп-контроль. Про масштаби контрабанди в Україні [Електронний ресурс] // Статті / Finance.ua. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/407156/stop-kontrol-pro-masshtaby-kontrabandy-v-ukrayini> (дата звернення: 30.03.2018).
5. Офіційна техніка – вибір на вашу користь. «Samsung Electronics Україна» [Електронний ресурс] // Samsung. Режим доступу: [www.samsung.com/ua\\_ru/official\\_tv](http://www.samsung.com/ua_ru/official_tv) (дата звернення: 30.03.2018).

### ХАРАКТЕРИСТИКА МУЛЬТИВАРОК ПРЕДСТАВЛЕНИХ НА РИНКУ УКРАЇНИ

**А. Б. Ткач**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**Н. В. Омельченко**, к. т. н., професор, завідувач кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасна людина працює практично 12 годин на день, тому приготування їжі має займати мінімум часу, страви мають бути

корисними, поживними та смачними [1]. Сьогодні мультиварка є вкрай потрібним і зручним побутовим приладом для людини. За допомогою мультиварки можна швидко приготувати їжу. Мультиварка – це кухонний пристрій, який фактично є багатофункціональною каструлею з антипригарним покриттям, яка працює від електрики. Мультиварки відносять до електропобутових приладів, які прийнято поділяти за такими ознаками: розташуванням нагрівального елемента (знизу; по сторонам; знизу, зверху та по сторонам); типом керування (механічний, електронний, сенсорний); наявністю функціональних деталей (звуковий сигнал про закінчення приготування їжі або його відсутність; індикатор зворотного відліку часу; знімна або незнімна кришка; підсвічування і розмір дисплею; функція автоматичного вимкнення) [2]. У нижній частині пристрою знаходиться дисковий нагрівальний елемент. За допомогою процесору можна вибрати необхідну програму для приготування конкретної їжі [1].

Мультиварка може мати від 5 до 40 і більше вбудованих програмних режимів. Зазвичай прилад дозволяє змінювати час приготування за певних програм та змінювати температурний режим. Основними програмами є: варка, жарка та випічка. Стосовно варки, вода нагрівається до температури кип'ятіння, пізніше подається звуковий сигнал, коли користувач має покласти продукти у кип'ячену воду. Дана програма може бути використана для варки макаронів, пельменів, хінкалі, вареників, та будь-яких інших продуктів які готуються в кип'яченій воді. Нагрівання чаші до заданої температури та підтримання тепла. Даний режим розрахований для термообробки продуктів без великої кількості води. Жарити можна як з відкритою так і закритою кришкою; рис та гречку. Нагрівання води до температури кип'ятіння і підтримання температури поки зайва вода випарується. В багатьох конструкція приготування припиняється за таймером, який відраховує попередньо заданий час. Дана програма використовується для приготування рису, гречки, гороху; плов. Підтримується сильне кипіння, а після його завершення починається етап пропікання, коли температура підвищується і відбувається інтенсивне зажарювання протягом 5–10 хвилин; варка на пару. Для використання цього режиму необхідна решітка яка є в наборі аксесуарів до мультиварки, вона вкладається в чашу для приготування їжі, а на неї

розміщуються продукти. В цього режимі можна приготувати овочі, котлети, м'ясо, рибу, або зварити яйця чи розігрівати соуси; йогурт. Цей режим слабкого і тривалого температурного впливу на продукти [3].

Об'єм чаші має досить велике значення при виборі мультиварки. Взагалі є чаші від 2 до 6 літрів. Для 2–3 людей буде достатньо мультиварки з об'ємом 2–3 літри, для великої сім'ї рекомендовано брати 5–6 літрову. Потужність мультиварок коливається від 400 Вт до 1 000 Вт. Як правило чим більша чаша тим більша потужність. Панель користувача може бути сенсорною або на кнопках. У комплекті до мультиварки, як правило, є інструкція, книга рецептів, мірний стакан, ложка і посудина для приготування їжі на пару.

Найчастіше на прилавках магазинів можна побачити мультиварки таких брендів: «Moulinex», «Panasonic», «Philips», «Gorenje», «Redmond», «Delfa», «DEX», «Scarlett», «Rotex», «Polaris», «Shivaki», «Vitek», «Saturn», «Le Chef» [1].

Багато людей вважає, що мультиварка нічим не відрізняється від пароварки, але пароварка проводить саме парову обробку їжі і пар виходить через відповідні отвори, а мультиварка дає змогу пару випаровуватись і тим самим зберігає смакові якості страв [4].

Таким чином, мультиварка є необхідною частиною життя сучасної людини. За допомогою цього приладу ми зможемо зберігати свій час і готувати смачні, корисні та поживні продукти харчування.

### **Список використаних джерел**

1. Вибір мультиварки: огляд ринку [Електронний ресурс] // Моє місто. – Режим доступу: <http://moemisto.lviv.ua/tehnika/vibir-multivarki-oglyad-rinku> (дата звернення: 30.03.2018).
2. Как выбрать мультиварку правильно [Електронний ресурс] // Multicook. – Режим доступу: <http://multicook.ru/articles/articles/kak-vybrat-multivarku-pravilno/> (дата звернення: 30.03.2018).
3. Мультиварка [Електронний ресурс] // Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B0> (дата звернення: 30.03.2018).

4. Как правильно выбрать мультиварку: выбираем универсального помощника на кухню [Електронний ресурс] // LadyMadonna. – Режим доступу: <http://ladymadonna.ru/%D0%BC%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8-%D0%BE%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D1%8B-%D0%B8-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8> (дата звернення: 30.03.2018).

## **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СКЛАДОВИХ МИЛА РІДКОГО**

**Г. І. Животенюк**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51  
**А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний ринок косметичних товарів налічується широкий асортимент мила рідкого різноманітних торгових марок. Рідке мило використовують в домашніх умовах, на виробництві, в офісах, у приміщеннях громадського харчування, в медичних закладах тощо. Сьогодні рідке мило є одним з найбільш вживаних побутових засобів. Головна його перевага – зручність експлуатації [1].

Рідке туалетне мило – це прозорий спиртово-водний розчин ароматизованого калійного жирового мила, що містить до 20 % жирних кислот, 10–20 % етилового спирту, до 1 % ароматизатора і воду. Спирт додають у рідкі туалетні мила для зниження їхньої в'язкості, забезпечення прозорості, а також для зменшення гідролізу мила і зниження температури замерзання. У виробництві рідких туалетних мил застосовують соняшникову, соєву, коріандрову й інші рідкі світлозabarвлені рослинні олії, що містять не більш 5 % стеаринової і пальмітинової кислот, а також кокосову олію або відповідну фракцію добре фракціонованих синтетичних жирних кислот. Не рекомендується вводити до рецептури рідких туалетних мил бавовняну олію, тому що під час зберігання, особливо за низьких температур, у них буде утворюватися осад. Кокосову олію в рідкі туалетні мила вводять у кількості 25–50 % від жирової суміші, щоб забезпечити необ-

хідні піноутворюючі властивості при застосуванні, однак підвищення вмісту кокосової олії в рецептурі рідких мил може викликати зайву сухість шкіри [1]. Також виробники додають екстракти рослин і різних фруктів, різноманітні барвники, ароматизатори, вітамінні добавки тощо [2]. Вважається, що ароматизатори погано впливають на нервову систему, викликаючи депресію. Люди стають гіперактивними, дратівливими, відзначаються й інші порушення у поведінці. Наукові дослідження підтвердили, що ароматизатори можуть бути алергенами [3].

Рідке мило, як і будь-який товар, має свої переваги та недоліки. Поверхнево-активні речовини дозволяють засобу видалити зі шкіри більшість забруднень і жиrowі відкладення, але вони у свою чергу можуть бути як агресивними, так і неагресивними. Найбільш дешевою з активних речовин є сульфат натрію. Він добре видаляє забруднення, але також і розчиняє захисний шар шкіри, що може викликати подразнення і сухість. Антибактеріальне рідке мило містить багато синтетичних антисептиків хімічного та натурального походження (ефірні масла, триклозан тощо). Вони дозволяють захистити шкіру від багатьох шкідливих мікроорганізмів, також дані товари можуть використовуватися для обробки пошкоджень, ран. Але при частому використанні, антисептик може пересушити шкіру. Антисептичні засоби часто використовують в організаціях громадського харчування, в медичних установах і в подібних закладах [2]. Триклозан, що входить до складу антибактеріального рідкого мила, може: створювати небезпечні побічні продукти, зокрема, хлороформ; реагувати на хлорин у звичайній водопровідній воді, породжуючи потенційно канцерогенний газ хлороформ (але подальші дослідження показали, що кількість хлороформу, яка виділяється при цьому, незначна навіть порівняно з його вмістом у хлорованій воді); під час реакції з хлорином утворювати похідні, що з часом перетворюються у діоксини (хоча їх число також незначне, але даний факт викликає занепокоєння у науковому середовищі, адже деякі діоксини є дуже отруйними і негативно впливають на ендокринну систему людини) [3].

До складу зволожуючого рідкого мила додають безліч активних компонентів, для недопущення пересушування шкіри, яке незаперечно відбувається при контакті з такими подразниками, як гаряча вода або активні речовини. Мило може містити гліцерин, вітаміни, рослинні масла, алантоїн і екстракт алое. Окре-



мо доречно виділити дитяче мило, що не повинно мати в складі синтетичні речовини та виготовлятися, із суворим дотриманням чинних вимог [2].

Отже, потенційним споживачам слід рекомендувати звертати особливу увагу на інгредієнти складу рідкого гігієнічного засобу, щоб придбавати чи дарувати якісний товар для догляду за тілом.

### Список використаних джерел

1. Мила косметичні [Електронний ресурс] // Технологія парфумерно-косметичних засобів промислового виробництва. – Режим доступу: [http://intranet.tdmu.edu.ua/data/kafedra/internal/pharma\\_3/lectures\\_stud/](http://intranet.tdmu.edu.ua/data/kafedra/internal/pharma_3/lectures_stud/) (дата звернення 30.03.18).
2. Склад рідкого мила: що входить, види [Електронний ресурс] // Веселий дім. – Режим доступу: <http://www.veseldom.com/uk/miyuchi-zasobi/sklad-ridkogo-mila/> (дата звернення 30.03.18).
3. Самі шкідливі інгредієнти косметики [Електронний ресурс] // Факти / Мифы и реальность. – Режим доступу: [https://molomo.com.ua/inquiry/harmful\\_ingredients.html](https://molomo.com.ua/inquiry/harmful_ingredients.html) (дата звернення 30.03.18).

### ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ ПРАСОК ПОБУТОВИХ

**Я. Б. Станчик**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент, кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Споживач зайшовши до магазину бачить дуже багато різних видів прасок. Неможливо уявити побут будь-якої сім'ї без цієї малогабаритної електричної техніки [1]. Умовно всі існуючі на сьогоднішній день праски можна поділити на такі групи: прості; з вбудованим розприскувачем і терморегулятором; парові; дорожні. За типом електричні праски поділяють на такі: з терморегулятором; з терморегулятором та розпилювачем; з терморегулятором та зволожувачем парою; з терморегулятором, зволожувачем парою та розпилювачем. За масою електричні праски побутові поділяють на легкі, середні, важкі. В залежності від ергономічності використання праски поділяють на: звичайні;

ергономічні. Електричні праски побутові за матеріалом покриття робочої поверхні підосви поділяють на такі: зі сплавів алюмінію; зі сплавів нержавіючої сталі; з титану; з керамічним покриттям; з металокераміки. Електричні праски побутові за способом живлення поділяють на дротові; бездротові. Електричні праски побутові за потужністю поділяють на такі: підвищеної потужності; помірної потужності; малої потужності [1–4].

Праски класичні представлені у простому варіанті і мають невелику функціональність. Мають терморегулятором, за допомогою якого регулюється нагрів підосви. Звичайна праска не оснащена пристосуванням для зволоження білизни, і при його використанні цей процес проводиться ручним способом. Сьогодні дані моделі випускаються невеликими партіями, оскільки такий вид непридатний для прасування щільної білизни і не користується особливою популярністю у споживачів. Праски з розприскувачем стали найпершими моделями, в яких зволожуючий пристрій було вбудовано в прилад. Дорожні праски є малогабаритними для того, щоб зручно було перевозити у валізах і призначені для подорожей. Їх функціональні можливості обмежені. Парові праски цей вид приладу який прекрасно застосовується для сухого та вологого прасування. Має отвори через які на тканину надходить пар. Чим більше отворів, тим більше пари потрапляє на тканину, тому що це впливає на швидкість прасування, особливо грубих тканин.

Щоб вибрати праску потрібно звернути увагу на технічні характеристики: потужність, матеріал підосви, систему подачі пари тощо. Праски великої потужності (1 900–2 400 Вт), прилади з малою потужністю (менше 1 600 Вт) призначені для нечастого використання. [1]. Покриття алюмінієве нагрівається дуже швидко, але схильне до деформації, на підосві часто з'являються подряпини, які можуть заважати прасувати синтетичні тканини. Нержавіюча сталь легко очищається та має гарне ковзання, такий прилад рекомендують сучасні виробники. Праски з покриттям робочої поверхні підосви з титану виготовляють компанії «Rowenta», «Panasonic». Перевагами титанового покриття є: підвищена міцність – на поверхні не утворюються подряпини, тріщини, відколи; довговічність; антипригарні властивості; відмінне ковзання по тканині; рівномірний нагрів; недоліки: велика вага; висока вартість; тривалий розігрів. Праски з робочою поверхнею із металокерамічного і керамічного мате-

ріалу відмінно прасують будь-який вид тканин і мають гарне ковзання. Очистити підошву можна звичайною губкою з водою. Емалеве покриття дуже крихке і це «мінус» такого матеріалу. Металокераміку використовують популярні компанії, а саме: «Braun» (Ceramic-jet), «Rowenta», «Philips» «Siemens» (Granit), «Tefal» [1, 3, 4].

За останні два десятки років можливості традиційних прасок кардинально розширилися. Не змінившись у розмірах, сьогодні праска це не тільки прасувальна система, але і парогенератор, і зволожувач тканини з можливістю самоочищення. Так, сьогодні при виборі праски має значення вже не тільки матеріал підошви, але і її дизайн та форма, вага приладу, ергономіка рукоятки. Праски із загостреним носиком краще випрасовують тканину між гудзиками, кишеньками, складками, а «тупоносими» моделями прасок комфортніше гладити велику за площею тканину. Легкою праскою простіше маневрувати, але при прасуванні щільної тканини доведеться докласти більше зусиль, щоб її притискати до поверхні. Рукоятка праски повинна бути зручною в обхваті і неслизькою. Професіонали часто використовують рукоятки із натуральної пробки, у продажу краще шукати моделі з гумовими вставками на ручці. Вибираючи праску, підніміть її – в такому положенні вона не повинна завалюватися ні вперед, ні назад, інакше рука під час прасування буде сильно втомлюватися. Потужний пар, стійка до подряпин підошва, ергономіка конструкції – це ті параметри, на які слід звертати увагу при виборі праски [5].

### **Список використаних джерел**

1. Види сучасних прасок [Електронний ресурс] // iLady: Жіночий блог про здоров'я, моду та красу. – Режим доступу: <https://www.ilady.in.ua/2017/09/vydy-suchasnyh-prasok.html> (дата звернення: 30.03.2018).
2. Як вибрати праску: види, характеристики, функціональні можливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://olympica.com.ua/178803-yak-vibrati-prasku-vidi-harakteristiki-funkcionalni-mozhливosti.html> (дата звернення: 30.03.2018).
3. Яку праску вибрати? Важливі критерії і популярні моделі [Електронний ресурс] // Інформаційний портал. – Режим доступу: <https://www.ilady.in.ua/2017/09/vydy-suchasnyh-prasok.html> (дата звернення: 30.03.2018).

4. Какая подошва для утюга лучше: керамика, нержавейка и другие поверхности, видео, фото (2018 г) [Електронний ресурс] // Housewife diary. – Режим доступу: <http://housewife-diary.ru/kakaya-podoshva-dlya-utyuga-luchshe-keramika-nerzhavayka-i-drugie-poverxnosti-video-foto.html> (дата звернення: 30.03.2018).
5. Огляд нових прасок і парогенераторів. Що обрати? [Електронний ресурс] // F.ua. – Режим доступу: <https://f.ua/articles/oglyad-novih-prasok-parogenerator-v-scho-obrati.html> (дата звернення: 30.03.2018).

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО РИНКУ МЕДУ

**А. І. Забегалова**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Україна – один з найбільших світових виробників меду, а також другий (після Китаю) найбільший експортер меду до ЄС. Зокрема, у 2016 р. частка України становила близько 19 % у загальних поставках меду до ЄС. Обсяги експорту меду до ЄС зросли більше ніж у чотири рази протягом останніх п'яти років [1].

Тарифна квота на мед – одна з найбільш затребуваних, яка зазвичай вичерпується українськими виробниками вже протягом першого місяця року. Фактичні обсяги експорту меду до ЄС перевищують розмір тарифної квоти у кілька разів. Так, у 2016 р. Україна поставила до ЄС 36,8 тис. т натурального меду на суму майже 65 млн євро. Основні споживачі українського меду в ЄС: Польща, Німеччина, Франція, Бельгія, Угорщина. Конкуренти України на ринку ЄС – Китай, Аргентина, Мексика, Нова Зеландія [1].

При ввезенні меду до країн ЄС необхідно дотримуватися правил, що гарантують його безпечність. А саме здійснювати контроль: речовин, що забруднюють харчові продукти; залишків пестицидів; простежуваності; безпечності харчових продуктів тваринного походження, призначених для споживання людиною; залишків ветеринарних препаратів. Разом із тим дотримуватися вимог стосовно: маркування харчових продуктів; меду, призначеного для споживання людиною, в т. ч. показники

якості (вода, цукор і кислотність). Замовники з ЄС можуть вимагати від виробника наявності сертифікату відповідності певному міжнародному стандарту (зазначається у контракті): ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS [1].

Виробництво меду у світі планомірно зростає. До 2022 р., за прогнозами «Global Industry Analysts, Inc.», щорічні обсяги становитимуть до 2,4 млн тонн (нині – до 1,7 млн тонн). Цьому сприятиме низка чинників, зокрема: посилення зацікавленості виробників до натуральних продуктів і здорового харчування (продуктів, корисних для здоров'я, органічних продуктів, скорочення споживання цукру); зростання споживання в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (його частка становить 41 % і надалі очікується щорічний приріст на 5 %); розширення сфери застосування меду в харчовій (нові продукти й напої), косметичній і фармацевтичній промисловості [2]. Найбільшим виробником меду нині є Китай (близько третини глобального ринку), за ним – Туреччина, Іран, Аргентина, США, Україна й інші. Активно розвивається не лише виробництво, а й торгівля медом, демонструючи стабільне щорічне зростання (+30 % протягом п'яти років, а в грошовому виразі – до 2,24 млрд дол. США). Найбільшим імпортером меду у світі (із часткою до 50 %) є країни ЄС – Німеччина (13 %), Велика Британія (6 %), Франція (6 %), Бельгія (4 %), Іспанія (4 %) й Польща (4 %). Друга позиція у світовому рейтингу імпортерів у США (21 %), третя – у Японії (7 %).

Україна протягом п'яти років активно нарощує обсяги експорту меду – у понад 4 рази, до рекордних 57 тисяч тонн минулого сезону. Як наслідок – Україна на третьому місці в рейтингу світових експортерів. Український мед надходить в основному на ринки країн ЄС (70 % обсягу). Головні покупці – Німеччина й Польща. Ще один експортний напрямок – США й Канада (понад 25 % обсягу), і поки що невелика частка загального експорту зосереджена на Близькому Сході й Азійських ринках [2]. Україна, станом на 11.01.2018 р. вже вичерпала 100 % річної експортної квоти на постачання меду в ЄС. Отже, надалі експорт буде відбуватися на загальних підставах. В Україні налічується близько 400 000 пасічників, які сумарно виробляють в середньому 70 тис. тонн меду на рік, що є найвищим показником в Європі [3]. Майже 57 тис. тонн, або 80 % всього українського меду експортується – переважно до ЄС. Потенціал виробництва, виходячи з посівів медоутворюючих рослин – до 140 000 тонн меду на рік, вдвічі більше від поточних обсягів.

Офіс ефективного регулювання провів системний перегляд якості регулювання ринку та представив результати в аналітичному дослідженні – Зеленій Книзі «Регулювання ринку виробництва меду» [4]. Це перший крок у створенні системи ефективного управління ринком меду та її наближенні до прогресивних світових стандартів.

Отже, враховуючи загальносвітові тренди зростання попиту на мед, Україна має неабиякі перспективи, аби наростити виробництво й експорт меду, розширити географію країн-імпортерів.

### Список використаних джерел

1. Мед натуральний: перспективи експорту до ЄС [Електронний ресурс] // Євроінтеграційний портал. – Режим доступу: <https://eu-ua.org/eksport-yes/med> (дата звернення: 03.04.2018).
2. Бурка А. Експорт українського меду у 2017 році досягне нового абсолютного рекорду [Електронний ресурс] // SEEDS. – Режим доступу: <http://www.seeds.org.ua/eksport-ukra%D1%97nskogo-medu-u-2017-roci-dosyagne-novogo-absolyutnogo-rekordu-ekspert-fao-anna-burka/> (дата звернення: 03.04.2018).
3. Україна за 10 днів використала річну квоту на експорт меду в ЄС [Електронний ресурс] // Європейська правда. – Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/01/12/7075989/> (дата звернення: 03.04.2018).
4. PRO Діалог у Рівному: 20 квітня – Круглий стіл «Ринок виробництва меду: від традицій до світового експорту» [Електронний ресурс] // Офіс ефективного регулювання. – Режим доступу: <http://brdo.com.ua/anons/prodialog-u-rivnomu-20-kvitnya-kruglyj-stil-gynok-vyrobnytstva-medu-vid-tradytsij-svitovogo-eksportu/> (дата звернення: 13.04.2018).

### КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІЖАМ

*К. Ю. Забелова, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51*

*А. С. Браїлко, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Піжама для багатьох споживачів невід’ємний атрибут сну. Кожна людина, придбаваючи піжаму приділяє увагу її ергоно-

мічним та естетичним властивостям [1].

Піжама згідно ДСТУ ГОСТ 25296:2005 є різновидом трикотажних чи швейних білизняних виробів, і згідно ДСТУ 2027-92 – це комплект швейного або трикотажного виробу для сну, який складається з куртки (фуфайки, блузи) та штанів різної довжини [2]. Основна функція піжам – поглинати і відводити від тіла вологу (піт) зберігаючи при цьому тепло, а також поглинати жирові виділення. Піжами класифікуються за:

а) призначенням (одяг для сну та для дому);

б) сезоном (зимові, міжсезонні та літні);

в) ставово-віковою ознакою (для чоловіків, жінок, дітей);

г) видом використаного матеріалу (із тканин, трикотажного полотна). Із сучасних матеріалів, які можна вважати найбільш придатними для виготовлення піжам є двошарові трикотажні матеріали (інтегрований трикотаж). У нього один шар складається з гідрофобних ультратонких синтетичних ниток. Цей шар прилягає до тіла, поглинає і транспортує вологу до другого шару. Другий шар утворений гідрофільними волокнами. З цього шару відбувається випаровування вологи. Тіло людини залишається сухим;

д) сировинним складом використаних волокон (із натуральних – бавовна, льон, бамбук, шовк тощо; штучних – віскоза, ацетат; синтетичних – поліестер, поліамід, лавсан, лайкра, вінол тощо; змішаних – поєднанням натуральних та синтетичних волокон у різному відсотковому співвідношенні);

е) комплектацією (класичні – сорочка та штани; комбінезони; піжами для літа – з капрі, шортами, фуфайкою) [3].

Жіночі піжами поділяються на: класичні, комбінезони, моделі з шортами, капрі, бриджами та відверті піжами. Класичні піжами – це комплект, до складу якого входять широкі штани та вільна сорочка на гудзиках, схожа за кроєм на чоловічу. Втім, сучасні дизайнери дещо удосконалили класичну модель: сорочка перетворилася на реглан з довгими рукавами, а штани – на штани чи бриджі з манжетою на щиколотці. Також широко поширені модель з шортами, капрі, бриджами. Так звана «полегшена класика», популярна у міжсезоння та влітку. Виготовляють ці комплекти з легких, тонких тканин (шовк, віскоза, атлас). Верхня частина у цих комплектах – майка, топ чи фуфайка. Комбінезон – це суцільний одяг для зимового сну. Найчастіше шиють з махрової тканини, яка утримує тепло.

Сучасні піжами можуть бути не тільки затишними, але навіть вишуканими. Комплекти, які шиють з дуже тонкої тканини (сатину, шовку, атласу) та прикрашають декором із мережива, а за фасом повторюють контур тіла виглядають дуже відверто та спокусливо [4].

На ринку України представлено багато брендів та фірм, які пропонують безліч моделей. Найбільш популярними українськими виробниками домашнього одягу є: «Sleeper» (перший український бренд, представлений у «Harrods» – лондонському універмазі), «BALCONY garment», «TAGO», «Крута піжама», «Cornett-БОЛ», «Violet delux» [5].

Під час вибору піжами споживачам необхідно звертати увагу на: призначення; матеріал виготовлення; оздоблення; теплообмін між шкірою людини та зовнішнім середовищем; крій; розмір; безпечність; гіпоалергенність; простоту догляду; усадку; стійкість до зношування.

### **Список використаних джерел**

1. Піжами для сну роблять наш сон ще прекраснішим [Електронний ресурс] // Стаття / Pan-ta-Pani. – Режим доступу: <http://pan-ta-pani.com/8801-pizhami-dlya-snu-robyat-nash-son-shhe-prekrasnishim.html> (дата звернення: 05.04.2018).
2. Картка даних терміну «Піжама» [Електронний ресурс] // Національний банк стандартизованих науково-технічних термінів / ДП «УкрНДНЦ». – Режим доступу: <http://uas.org.ua/bank-danih/natsionalniy-bank-terminiv/znachennya-termina/?term-id=11347> (дата звернення: 30.03.2018).
3. Піжама [Електронний ресурс] // Стаття / Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B6%D0%B0%D0%BC%D0%B0> (дата звернення: 05.04.2018).
4. Види модних та гарних піжам для дівчат і жінок [Електронний ресурс] // Статті / Пані Яновська. – Режим доступу: <https://paniyanovska.ua/uk/articles/kakiye-byvayut-pizhamy-dlya-devushek-i-zhenshchin/> (дата звернення: 05.04.2018).
5. Коваленко О. ТОП-6 пижам Made in Ukraine [Електронний ресурс] / Коваленко О. // Мода / Always busy Мама. – Режим доступу: <http://alwaysbusymama.com/moda/moda/item/%20137-top-6-pizham-made-in-ukraine.html> (дата звернення: 05.04.2018).



## ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ГЕЛІВ ДЛЯ ІНТИМНОЇ ГІГІЄНИ

**Є. С. Мотуз**, студентка напряму підготовки «Товарознавство і торговельне підприємництво» освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС-31

**О. В. Кириченко**, асистент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Тенденція збільшення недоброякісної продукції на ринку є проблемою, з якою споживачі стикаються не один рік. Тому питання якості продукції, яку ми використовуємо у своєму повсякденному житті, є дуже актуальним. Особливо це стосується товарів особистого призначення, зокрема гелів для інтимної гігієни жінок.

Об'єктами дослідження були обрані дві торгові марки гелів для інтимної гігієни:

- зразок 1 «Feminine» (виробник Великобританія);
- зразок 2 «Lucky day» (виробник Україна).

Основним завданням роботи було дослідження показників якості гелів для інтимної гігієни і встановлення їх відповідності ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови [1].

Спочатку було проведено дослідження органолептичних показників якості (зовнішній вигляд, колір, запах), на наступному етапі – визначення водневого показника рН гелів для інтимної гігієни жінок. Результати досліджень представлені у табл. 1.

**Таблиця 1 – Значення органолептичних та фізико-хімічних показників якості зразків гелів для інтимної гігієни**

Назва показника	Вимоги за ДСТУ 4315:2004	Характеристика показника	
		зразок 1	зразок 2
Зовнішній вигляд	Однорідна драглеподібна маса. Допускається наявність перламутру	Однофазна маса без домішок	Однофазна маса без домішок
Колір	Повинен відповідати кольору виробу певної назви	Безкольоровий	Колір білий

Назва показника	Вимоги за ДСТУ 4315:2004	Характеристика показника	
		зразок 1	зразок 2
Запах	Повинен відповідати запаху виробу певної назви	Притаманний запах	Притаманний запах
Водневий показник, рН	3,5-8,5	6,71	6,57

Отже, за органолептичними і фізико-хімічними показниками якості обидва зразки відповідають вимогам ДСТУ 4315:2004. Але варто сказати, що значення водневого показника рН гелів для інтимної гігієни повинен відповідати жіночому рН, а це приблизно 3,5–4,5. Однак досліджувані зразки не відповідають цьому показнику, хоча значення знаходяться у межах норми за стандартом.

Також був проаналізований склад гелів для інтимної гігієни. Відомим фактом є те, що більшість речовин, які додаються до косметичних засобів, є канцерогенами і можуть викликати різні види раку [2]. Розрізняють приховані та явні канцерогени. У складі зразків гелів для інтимної гігієни, що досліджувалися, таких речовин не було знайдено.

#### Список використаних джерел

1. ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови. – [Чинний від 2004-07-05]. – Київ : Держспоживстандарт України. 2005. – 12 с.
2. Канцерогенні речовини в сучасних косметичних засобах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.urau.ua/sciencrise/article/viewFile/37400/34099>. – Назва з екрана.

#### АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУШІ ДЛЯ ВІЙ

**Т. Б. Панайотова**, студентка напряму підготовки «Товарознавство і торговельне підприємництво» освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС-31

**О. В. Кириченко**, асистент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Туш для вій – це виріб декоративної косметики, яку жінки застосовують для короткочасного фарбування вій. Крім того, часто війам надаються ефекти стовщення, подовження, надання об'єму.

Основними формами виробництва туші для вій за консистенцією є рідка і тверда. Найпопулярнішим варіантом на сьогодні є продукт пасто- або кремоподібної консистенції у тубі з пензлем-аплікатором (щіточкою). Саме щіточка використовується для формування функційності туші.

Традиційно у склад туші для вій входять вода, віск, жири, емульгатори, барвники. Для подовження вій до складу також можуть бути включені віскозні або нейлонові волокна у кількості до 4 %.

Основні складові водостійкої туші: леткі розчинники, різноманітні воски тваринного і рослинного походження, воски мінерального походження, а також різні фарбувальні пігменти та полімери. До неводостійкої туші у склад входять вода, речовини з поверхнево-активними частинками, різноманітні види воску, барвники, полімери потовщеного типу і консерванти.

Об'єктом дослідження було обрано туш для вій ТМ «EVELINE». За ДСТУ 4774:2007 Вироби косметичні для макіяжу на жировосковій основі. Загальні технічні вимоги [3] маркування туші для вій повинно здійснюватися з доповненнями, що представлені у табл. 1.

**Таблиця 1 – Додаткові реквізити маркування виробів косметичних для макіяжу**

Реквізити маркування за ДСТУ 4774:2007	ТМ «EVELINE»
Термін придатності зазначають так: «Придатний (Потрібно використати) до (місяць, рік)» або «Термін придатності (місяців, років)» із зазначенням у цьому випадку дати виготовлення або місця на пакуванні, де цю дату нанесено	Дата виготовлення: 12.2017 використати до: 06.2020
Перелік інгредієнтів має починатися заголовком «Інгредієнти» або «Склад». Інгредієнти, масова частка яких становить менше ніж 1 %, можна наводити у будь-якому порядку після тих інгредієнтів, масова частка яких більше ніж 1 %	Aqua, Synthetic Beeswax, Paramin, Acacia Senegal Gum, Stearic Acid, Triethanolamine, Palmitic Acid, Butylene Glycol, Copemicia Cerifera Cera, Glyceryl Stearate, Polybutene, VP/Eicosene Copolymer, Oryza Sativa, Hydroxyethylcellulose, Myristic Acid, Arachidic Acid, Behenic

Реквізити маркування за ДСТУ 4774:2007	ТМ «EVELINE»
Так само	Acid, Oleic Acid, Phenoxyethanol, Methylparaben, Propylparaben
Барвники можуть бути наведені у будь-якому порядку після решти інгредієнтів згідно з індексом кольору або прийнятими позначками	CI 77499 (штучний оксид заліза, барвник чорного кольору)
Парфумерну (ароматичну) композицію зазначають як один інгредієнт термінами «запашка», «ароматизатор», «ароматична композиція» або «парфумерна композиція», не зазначаючи її склад	Не зазначено

Проаналізувавши маркування даного зразка туші для вій, можна зробити висновок, що у складі не зазначено парфумерну (ароматичну) композицію, інгредієнти якої часто можуть викликати алергічні реакції та інші захворювання.

### Список використаних джерел

1. Правильна техніка нанесення туші [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://garna.top/pravylna-tehnika-nanesennya-tushi/>. – Назва з екрана.
2. Функціональні особливості туші для вій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.damporadu.ru/korisne/32977-pravilna-tehnika-nanesennja-tushi.html>. – Назва з екрана.
3. ДСТУ 4774:2007 Вироби косметичні для макіяжу на жировосковій основі. Загальні технічні вимоги. – [Чинний від 2007-04-28]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2009. – 15 с.

### АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОСЬЙОНІВ ПІСЛЯ ГОЛІННЯ

**В. В. Бугайчук**, студент напряму підготовки «Товарознавство і торговельне підприємництво» освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС-31

**О. В. Кириченко**, асистент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Лосьйони після гоління призначені для догляду за подразненою після гоління шкірою. Лосьйони, що містять у складі

спирт, традиційно використовуються для дезінфекції нормальної та схильної до жирності шкіри. У результаті реакції таких лосьйонів з сухою шкірою виникають почервоніння, неприємні відчуття стягнутості та лущення шкірного покриву [1].

Для дослідження було обрано три лосьйони після гоління різних торгових марок. Вимоги до маркування даних товарів регламентуються ДСТУ 4093-2002 Лосьйони та тоніки косметичні. Технічні умови [2].

Результати дослідження інформаційного забезпечення представлені у табл. 1.

**Таблиця 1 – Реквізити маркування лосьйонів після гоління**

<b>Реквізит маркування</b>	<b>ТМ «Bi-Es»</b>	<b>ТМ «Gillette»</b>	<b>ТМ «Nivea»</b>
Найменування і призначення	Лосьйон після гоління Royal Brand Old Gold	Лосьйон після гоління ARCTICICE	Лосьйон після гоління для чутливої шкіри
Найменування виробника і його місцезнаходження	+ Країна виробник Польща	+ Країна виробник Франція	+ Країна виробник Німеччина
Об'єм, см <sup>3</sup>	100	100	100
Склад	+	+	+
Умови зберігання	Зберігати при t не нижче ніж +5 °С та не вище +25 °С	Не вказано	Не вказано
Дата виготовлення і термін придатності або «годний до (місяць, рік)	36 місяців від дати виробництва	12 місяців від дати виробництва, до 03/20	Дата виробництва 15.06.17, 12 місяців від дати виробництва
Позначення штрих-коду EAN	5906513002614	3014260258313	4005808588794
Знак відповідності згідно з ДСТУ 2296	Відсутній	Відсутній	Відсутній
Об'ємна частка, у відсотках, спирту етилового	55,0	62,4	0

Можна зробити висновок, що не всі виробники надають необхідну інформацію про лосьйони після гоління, зокрема умови зберігання і знак відповідності.

Склади лосьйонів, що містять спирт, і лосьйонів без спирту також відрізняються:

– ТМ «Gillette» – Alcohol Denat, Aqua (Water), Parfum (Fragrance), PEG-40 Hydrogenated Castor Oil, Benzyl Alcohol, Benzyl Benzoate, Benzyl Salicylate, Citral, Citronellol, Coumarin, Eugenol, Geraniol, Hydroxycitronellal, Butylphenyl Methylpropional, Limonene, Linalool, Hydroxyisohexyl 3-Cyclohexene Carboxaldehyde, Alpha-Isomethyl Ionone, Evertia Furfuracea Extract.

– ТМ «Nivea» – Aqua, Glycerin, Isopropyl Palmitate, Chamomilla Recutita Flower Extract, Bisabolol, Tocopheryl Acetate, Tocopherol, Fucus Vesiculosus Extract, Menthoxypropenediol, Glycine Soja Oil, Tapioca Starch, Triceteareth-4 Phosphate, Sodium Carboxomer, Caprylic/Capric Triglyceride, Phenoxyethanol, Piroctone Olamine, BHT, Linalool, Limonene, Geraniol, Parfum.

Отже, для правильного вибору лосьйону після гоління потрібно знати характеристика шкіри і аналізувати інформацію, що надається виробниками або посередниками.

### Список використаних джерел

1. Чоловіча косметика для гоління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://frisor.ua/>. – Назва з екрана.
2. ДСТУ 4093-2002 Лосьйони та тоніки косметичні. Технічні умови. – [Чинний від 2002-06-03]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2002. – 11 с.

### СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ КЛАВІАТУР

**А. П. Мінаєв**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Клавіатури використовуються в найрізноманітніших пристроях – друкарських машинах, калькуляторах, мобільних телефонах, гаджетах, а також є однією з комплектуючих комп'ютерних

пристроїв. За конструктивно-технічним виконанням клавіатури поділяють на такі типи: механічні; проекційні; кнопкові (пружинні, мембранні, гумові); безкнопові (оптоелектронні, ємнісні, геконові); екранні (тактильні (сенсорні), класичні). За призначенням клавіатури поділяють на: алфавітно-цифрові (цифрові, комп'ютерні); музичні. Комп'ютерні клавіатури в залежності від способу передачі сигналу поділяють на: дротові та бездротові; ті, що контактують з комп'ютером за допомогою інфрачервоного випромінювання або радіохвиль. Публічна компанія «Apple» запатентувала клавіатуру, в якій кожна кнопка оснащена вбудованим дисплеєм. Комп'ютерні клавіатури виготовляють такі провідні виробники як «A4Tech», «Apple», «Asus», «Corsair», «Defender», «Rapoo», «Razer», «Roccat», «Logitech», «Microsoft», «SteelSeries», «Sven» [1].

Механічна клавіатура містить в кожній клавіші справжній вимикач (перемикач) з металевими контактами і металевою пружиною. До переваг механічних клавіатур можна віднести порівняно високу якість і різноманітність типів клавіш для різних цілей. До недоліків – більш високий рівень шуму від натискання на клавішу у порівнянні з мембранним типом. До найбільш популярних механічних клавіатур належать такі моделі: «ASUS Cerberus Mech RGB», «ASUS Rog Claymore Core», «Razer BlackWidow X Chroma», «SteelSeries Apex M750 QX2» [2–4].

Мембранна клавіатура – електронна клавіатура без окремих механічних рухомих частин, виконана у вигляді плоскої, зазвичай гнучкої поверхні з нанесеним на неї малюнком клавіш. Клавіатури цього типу відрізняються дуже низькою вартістю, винятковою компактністю, здатністю до згинання, високою надійністю і практично ідеальною захищеністю від бруду і вологи. Головним недоліком є майже повна відсутність тактильного зворотного зв'язку, що істотно ускладнює безпомилковий і сліпий набір. До найбільш популярних мембранних клавіатур належать такі моделі: «A4Tech KV-300H», «Roccat Isku Fx», «Apple Magic Keyboard» [5–7].

Проекційна клавіатура є оптичною проекцією клавіатури на будь-яку поверхню, на якій і проводиться дотик до віртуальних клавіш. Клавіатура відстежує рухи пальців і переводить їх у натискання клавіш. Найбільш популярними лазерно-проекційними клавіатурами є «Celluon Epic», «Magical Cube» [8].

Сенсорна клавіатура – це сенсорна панель, яка реагує на тактильні контакти за рахунок спеціально вбудованих датчиків, наприклад «Minebea COOL LEAF» [9].

Враховуючи, що ефективність та ергономічність роботи за комп'ютерним пристроєм багато в чому залежить від якості клавіатури, тому споживачам під час їх вибору необхідно звертати увагу на її функціональне призначення та такі технічні характеристики: спосіб передачі сигналу, тип конструкції, розмір, вага, ергономічність, комплектація, кількість клавіш, зручність розкладки, дизайн, колір та розмір літер, рівень шуму під час натискання клавіш, довжина кабелю або радіус дії бездротового зв'язку тощо.

### Список використаних джерел

1. Клавіатура [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D1%96%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0> (дата звернення: 11.04.2018).
2. Клавіатури [Електронний ресурс] // Клавіатури і миші / ASUS. – Режим доступу: <https://www.asus.com/Keyboards-Mice/Keyboards-Products/> (дата звернення: 11.04.2018).
3. Keyboards [Електронний ресурс] // Products / Razer. – Режим доступу: <https://www.razer.com/gaming-keyboards/> (дата звернення: 11.04.2018).
4. Keyboards [Електронний ресурс] // Best Gaming Keyboards / SteelSeries. – Режим доступу: <https://steelseries.com/gaming-keyboards> (дата звернення: 11.04.2018).
5. Клавиатуры [Електронний ресурс] // Клавиатуры, мыши, джойстики / A4Tech. – Режим доступу: <https://a4tech.ua/katalog/klaviaturny-myshi-dzhoystiki/klaviaturny.html> (дата звернення: 11.04.2018).
6. Keyboards [Електронний ресурс] // Products / Roccat®. – Режим доступу: <https://www.roccat.org/en-UA/Products/Gaming-Keyboards/> (дата звернення: 11.04.2018).
7. Мыши и клавиатуры [Електронний ресурс] / Аксессуары для Mac / Apple. – Режим доступу: <https://www.apple.com.ru/shop/mac/mac-accessories/mice-keyboards/> (дата звернення: 11.04.2018).
8. Magic-cube [Електронний ресурс] // Products / Celluin. – Режим доступу: <https://www.celluon.com/magic-cube/> (дата звернення: 11.04.2018).



9. Cool Leaf Keyboard [Електронний ресурс] // Minebea Innovative Technologies / Minebea Mitsumi. – Режим доступу: <http://www.nmbtc.com/technologies/cool-leaf/> (дата звернення: 11.04.2018).

## **КЛАСИФІКАЦІЯ І ХАРАКТЕРИСТИКА КРЕМІВ КОСМЕТИЧНИХ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

***М. С. Кацаман**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51*

***А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Сьогодні кожна сучасна жінка не уявляє свого життя без крему. Косметичні креми – це найбільш поширена форма косметичних засобів мазеподібної консистенції для догляду за шкірою, волоссям, нігтями тощо з умістом спеціальних речовин або добавок, які визначають їх конкретне функційнеу призначення та вузьконаправлену дію [1-3]. Косметичні креми виготовляють із суміші синтетичних і натуральних інгредієнтів: жирів, восків, олій, олив, води, емульгаторів, рослинних настоїв або екстрактів, вітамінів, барвників, антиоксидантів, консервантів, запашок та інших добавок, що забезпечують спожиткові властивості кремів [3].

За стандартною класифікацією (ДСТУ 4765:2007 «Креми косметичні. Загальні технічні умови») косметичні креми за складом поділяють на емульсійні, жирові та на гелевій основі. Емульсійні креми за консистенцією поділяють на рідкі та густі. Емульсійні креми – це однорідна суміш (емульсія) двох основних фаз: водної та жирової, типу вода/олива, олива/вода або змішаного типу, у які можуть бути внесені біологічно активні добавки (вітаміни, настоянки та екстракти рослинної сировини тощо). Жирові креми складаються із жирових компонентів та спеціальних добавок. Креми на гелевій основі – це колоїдні системи, що містять воду, жирові емульсії, спеціальні добавки та гелеутворювальні компоненти.

За призначенням креми поділяють на: очищувальні, живильні, зволожувальні, захисні, денні (матові й тональні), нічні тощо [1, 2]. Креми для очищення застосовуються для очищення шкіри,

або знімання макіяжу. До складу кремів для очищення входять: вода, віск і мінеральні масла, що добре розчиняють забруднення. Найпоширенішим засобом є молочко для очищення – крем рідкої консистенції. Також застосовується желе або крем, більш густої консистенції. Живильний крем поліпшує обмінні процеси у шкірі; може бути денний (основа для макіяжу), нічний. Живильний крем містить речовин із високою біологічною активністю для живлення, підтримування рівноваги вмісту жиру та вологи на поверхні шкіри [3]. Функціональність їх як правило, залежить від складу продукту. Зокрема, крем може використовуватись як засіб проти пігментації, сухості, судинної сіточки, а тому при купівлі крему потрібно обов'язково перевіряти для якого типу шкіри він призначений. Живильні креми проникають у нижні шари епідермісу, їх використовують в тому випадку, якщо необхідно забезпечити затримання водної фази рогового шару і таким чином сприяти розм'якшенню шкіри. Жирову основу живильних кремів складають ланолін, вазелін, стеарин, масло какао, рослинна олія. Часто до складу живильних кремів входять вітаміни та інші активні компоненти. Живильні креми рекомендується періодично міняти (через 1–15 місяців), адже тривале застосування одного і того ж живильного крему може перенаситити шкіру і викликати висипання на шкірі [1, 2]. Нічні креми – це живильний крем або поживна емульсія. За допомогою цих кремів у шкіру вносять речовини, які підтримують її обмін, сприяючи тим самим збереженню еластичності і гладкості шкіри. В живильні креми та емульсії додають різні лікувальні речовини, зокрема, азулен (екстракт квіток ромашки), вітамін А або вітамін Е, ферменти, маточне молочко, витяжку з плаценти, колаген для підвищення пружності шкіри та інші біологічно активні речовини. До таких кремів можна віднести ліфтингові креми, які застосовуються для підтяжки шкіри. Креми з фруктовими кислотами. Альфа-гідроксидні (фруктові) кислоти (АНА) дуже ефективні у боротьбі з передчасним старінням шкіри. Косметичні засоби, що містять АНА, надають подвійний ефект: по-перше, пілінг-ефект: фруктові кислоти розчиняють в шкірі речовини, що скріплюють ороговілі клітини, і тим самим викликають швидке відлущування рогового шару, після цього шкіра виглядає свіжою, гладкою і ніжною; по-друге, при тривалому використанні крему з фруктовими кислотами стимулюються процеси відновлення клітин. В результаті розгла-

джуються дрібні зморшки, освітлюються пігментні плями, збільшуються пружність і еластичність шкіри, підвищується здатність утримувати вологу. Перед застосуванням крему з фруктовими кислотами необхідно проводити тест на чутливість (почервоніння, свербіж, лущення).

Захисні креми – це група косметичних кремів: денних, зволожувальних, зимових, кремів для рук, регенераційних, сонцезахисних тощо для захисту шкіри від дії несприятливих чинників довкілля і виробничого середовища, у тому числі сонячного проміння, обвітрювання, високої та низької температури, підвищеної та пониженої вологості, забруднень (механічних, хімічних, біологічних) [3]. Основною вимогою до захисного крему є відсутність подразнюючої дії, здатність легко всмоктуватись, покриваючи шкіру еластичною плівкою, яка не повинна розриватися і в той же час легко змиватися [2]. Денні креми призначені зволожувати шкіру, містять ультрафіолетові фільтри і вітаміни, які є антиоксидантами. До денних кремів відносяться матові креми і тональні емульсії. Матові креми відрізняються м'якою консистенцією, швидко всмоктуються шкірою, зберігають на поверхні шкіри тонкий непомітний шар, що надає шкірі матовий тон. Вони зменшують блиск і оберігають шкіру від несприятливих атмосферних чинників. Тональні креми – це креми, основу яких складають пудра і грим. Ці креми зазвичай забарвлені і можуть містити 3–25 % барвників. При вмісті барвників більше 10 % їх називають крем-пудрами [1]. Зволожувальні креми підходять для всіх типів шкіри, адже є спеціальними препаратами, призначеними для денного догляду за шкірою обличчя. Також можна застосовувати їх і ввечері. Крім жирової основи, вони містять речовини, що перешкоджають дегідратації шкіри. Ці препарати запобігають втраті води за допомогою гідроактивних речовин, вітамінів і ферментів. Особливо ефективні такі речовини як ліпосоми. Дослідження показали, що ліпосоми: активно реагують з клітинами; легко проникають в шкіру (аж до підшкірної клітковини) і засвоюються, взаємодіючи з білками шкіри і ліпідами картатих мембран, доставляючи зволожувальні речовини; здатні доставляти біологічно активні речовини безпосередньо до клітин, зв'язуються з кератином шкіри, створюючи на її поверхні захисний шар і зменшуючи втрату води; здатні зменшити подразнюючу дію деяких косметичних компонентів, зокрема,

консервантів. Креми з ліпосомами сприяють усуненню зморшок і розгладжуванню шкіри. Сонцезахисні креми – це креми, призначені для захисту шкіри від ультрафіолетових променів. Такі креми містять сонцезахисний фактор (SPF). Промисловість випускає креми з SPF від 4 до 36. Наприклад крем з SPF-8 дає можливість перебувати на сонці протягом  $15 \text{ хв} \times 8 \text{ год} = 120 \text{ хв}$ . При цьому шкіра буде захищена [1].

Таким чином, придбаваючи косметичний крем споживачеві необхідно враховувати: тип шкіри, призначення, склад, консистенцію, тест на чутливість тощо.

### Список використаних джерел

1. Класифікація кремів [Електронний ресурс] // Косметологія / MedicLab. Medical Information portal. – Режим доступу: <http://mediclab.com.ua/index.php?newsid=17790> (дата звернення 30.03.2018).
2. Класифікація кремів [Електронний ресурс] // Garna. – Режим доступу: <http://garna.top/klassifikatsiya-kremiv/#> (дата звернення 30.03.2018).
3. Пошук термінів [Електронний ресурс] // Національний банк стандартизованих науково-технічних термінів / ДП «УкрНДНЦ». – Режим доступу: <http://uas.org.ua/ua/poshuk-terminiv/?search-query=%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%BC> (дата звернення 30.03.2018).

### СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ЙОГУРТІВ

**О. О. Дулепов**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС м-51

**А. С. Браїлко**, к. т. н., доцент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Значення молочної промисловості в господарському комплексі України та вагомість молочних продуктів в системі харчування пояснюють підвищену увагу науковців до питань їх подальшого розвитку [1]. Завдячуючи рекламі здорового способу життя всі дізналися наскільки корисні йогурти. Цим пояснюється їхня популярність серед українського населення. Річне споживання йогуртів в Україні в середньому становить 2,5 кг на людину [2]. Найбільшим попитом у споживачів користуються

питні йогурти, їм віддають перевагу в два рази більше, ніж густим.

Український ринок йогуртів в даний час характеризується наступними особливостями: пряма залежність від виробництва молока, його обсягів, ціни і якості; підвищений вплив реклами та іншої інформації про корисність йогуртів, просування їх як незмінного атрибуту здорового способу життя, на купівельну активність; еластичність рівня попиту відповідно до купівельної спроможності населення, бо йогурти не належать до продуктів першої необхідності. Зокрема, вищезазначений останній чинник пояснює скорочення українського виробництва йогурту в період 2014–2015 рр. Після відновлення, що було зумовлено підвищенням купівельної спроможності населення, ринок йогуртів став збільшуватися і їх виробництво в 2016 р. майже вийшло на рівень 2013 р. і продовжило зростання в подальшому [2–4].

На думу аналітиків [4], не в повному обсязі реалізовується експортний потенціал українських виробників йогуртів. За кордон продається незначна кількість виробленого продукту. Обсяги цих продажів мають нестійку динаміку після 2013 р. через необхідність переорієнтації на нові ринки збуту. У грошовому вираженні експорт йогуртів у період 2014–2016 рр. щорічно скорочувався. У 2017 р. ця тенденція змінилася зростанням. Україна експортує йогурти до Молдови та Грузії, які закупили за 9 місяців 2017 р. 85,7 % експортних обсягів. Частка експорту до Азербайджану становить 4,1 %. Менше придбавають йогуртів Вірменія і ОАЕ. Така структура експорту схожа з докризовим 2013 р. [2–4].

Ринок йогуртів українського виробництва має позитивні перспективи для розвитку в найближчому майбутньому. Вони пов'язані з: ростом світового і європейського ринків цього продукту на 8 % і 5 % відповідно; збільшенням доходів активної частини українського населення, що орієнтується на здорове харчування; появою на ринку нових продуктів; розвитком експорту йогуртів на наявні напрямки і знаходженням нових ринків збуту [2–4].

Ринок молочної продукції змінюється під впливом соціальних трендів. ЄС та США разом є найбільшими виробниками молока і мають найбільш масштабні і розвинені ринки молочної продукції. З початку 2017 р., в США було вироблено понад 8,5 мільйонів тон молока, в ЄС – більше 14 мільйонів тон [5].

Але ринок молочної продукції ні в якому разі не обмежується молоком – з кожним роком з'являється все більше і більше нових продуктів, які створюють нові ніші на молочному ринку.

Мода на здорове харчування виявилася нітрохи не короткостроковим захопленням невеликої групи людей – сьогодні прагнення до здорового способу життя стає загальним трендом, який, безсумнівно, відображається і на ринку харчових продуктів. Так, компанія «Baker Tilly» пророкує, що «здорові» продукти вже незабаром вийдуть з вузькоспеціалізованого сегмента ринку харчових продуктів в масове споживання. В першу чергу, здоровим харчуванням прийнято вважати натуральну продукцію, вирощену з мінімальним застосуванням хімікатів, пестицидів або ГМО. І хоча шкода ГМО для здоров'я людини науково не доведена, громадськість з насторогою ставиться до таких продуктів, що проявляється у збільшенні попиту на продукти без ГМО. За даними американської «Organic Trade Association» в 2016 р. ринок органічної їжі виріс до 47 мільярдів доларів – на 3,7 мільярда більше у порівнянні з 2015 р., і продовжить зростання в поточному році. У тому ж звіті молочна продукція називається другою за популярністю групою органічних продуктів на ринку США з об'ємом у 6 мільярдів доларів. Все більш популярними стають продукти з правильним балансом білків, жирів і вуглеводів. Підвищення загальної грамотності населення щодо правильного харчування привело до того, що все менше число споживачів вважає будь-які йогурти або злаки корисними продуктами априорі. Сучасний споживач все більше уваги звертає на склад продукту: вибирає йогурти з правильним балансом пребіотиків і пробіотиків. Важливим фактором при виборі продуктів харчування – в тому числі і молочних – стає їхня упаковка та зручність для вживання на ходу. Рутинне життя сучасного міста залишає не так багато часу для повноцінного прийому їжі, і нерідко представникам найрізноманітніших професій краще вгамовувати потребу в їжі швидкими «перекусами» на ходу. І тут важливим фактором вибору того чи іншого продукту крім його складу і кількості корисних речовин є зручність його упаковки для такого споживання. Всі ці тренди формують новий напрям для виробників молочної продукції в усьому світі, і на молочному ринку Європи постійно з'являються все нові лінійки продуктів. Одним з найяскравіших прикладів «трендової» молочної продукції є нова лінійка йогуртів «Danio» від «Danone». «Danio» відрізняються від звичайних йогуртів наявністю втричі

більшої кількості протеїнів – до 12 %, практично повною відсутністю жирів, зручною для швидкого споживання упаковкою і багатою лінійкою смаків. Йогурти різняться смаковою різноманітністю: грецькі молочні компанії, першими почали пошук оригінальних смаків, зробили словосполучення «грецький йогурт» загальною назвою для йогуртів з нетрадиційними добавками. Особливо широке поширення грецькі йогурти отримали в США, де їх частка на ринку зросла з 4 % у 2005 р. до 52 % у 2014 р. Але і в країнах ЄС мало кого можна здивувати йогуртом зі смаком солодкої картоплі, буряка, помідорів або моркви. Те ж саме стосується і питних йогуртів – так, у березні американська компанія «Dreaming Cow's» випустила нову лінійку збалансованих йогуртів «Lush», в якій чотири з восьми різновидів продукту мають смаки різних овочів [5].

Сьогодні ринок Української молочної продукції не має такої кількості збалансованих, багатих протеїном або оригінальних за смаком продуктів. Потяг до здорового способу життя в нашій країні, як і в Європі стає більш актуальним. Це означає, що вже досить скоро попит на здорову і збалансовану їжу в Україні зростатиме, і ті виробники, які першими випустять такі лінійки продуктів, зможуть міцно закріпитися на ринку або навіть зайняти нішу повністю. Не менш важливими ці тренди є для вітчизняних виробників молока в контексті зміцнення торговельних зв'язків з ЄС [5]. Для того, щоб українські товари знайшли своє місце на ринку ЄС, українському виробнику слід бути обізнаним, які саме продукти зараз є популярними і яка ніша молочного ринку здатна принести максимальний прибуток.

Отже, українським виробникам молока вже зараз варто зайнятися розробкою нової лінійки продуктів для здорового харчування або пошуком якісних інгредієнтів для створення продуктів з незвичайним смаком – і можливо, поряд з грецькими йогуртами на прилавках магазинів усього світу з'являться також українські закваски, здорові десерти і сирі.

### **Список використаних джерел**

1. Кузьменко О. В. Ринок йогуртів в Україні. Стан та перспективи [Електронний ресурс] / Кузьменко О. В., Овсяннікова Ю. О. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/23\\_ADEN\\_2015/Economics/12\\_198203.doc.htm](http://www.rusnauka.com/23_ADEN_2015/Economics/12_198203.doc.htm) (дата звернення: 12.04.2018).

2. В Україні продовжує зростати виробництво йогуртів [Електронний ресурс] // Новини, Продовольство, Молоко, Переробка / Agravery. Аграрне інформаційне агенство. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-prodovzue-zrostati-virobnictvo-jogur> (дата звернення: 12.04.2018).
3. Пийте на здоров'я: огляд українського ринку йогуртів [Електронний ресурс] // Інформаційний дайджест / Pro Consulting®. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-prodovzue-zrostati-virobnictvo-jogur> (дата звернення: 12.04.2018).
4. Виробництво йогуртів набирає обертів [Електронний ресурс] // Новини / LANDLORD. – Режим доступу: <http://landlord.ua/virobnitstvo-yogurtiv-nabiraye-obertiv/> (дата звернення: 12.04.2018).
5. Шульмейстер Д. Йогурт з гарбузом: тренди молочного бізнесу [Електронний ресурс] / Шульмейстер Д. // Експерти / НВ БІЗНЕС. – Режим доступу: [https://biz.nv.ua/ukr/experts/shulmeyster\\_d/jogurt-z-garbuzom-trendi-molochnoho-biznesu-1601169.html](https://biz.nv.ua/ukr/experts/shulmeyster_d/jogurt-z-garbuzom-trendi-molochnoho-biznesu-1601169.html) (дата звернення: 12.04.2018).

## АНАЛІЗ СКЛАДУ СИРКІВ ГЛАЗУРОВАНИХ

**А. В. Попова**, студентка напряму підготовки «Товарознавство і торговельне підприємництво» освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМС-31  
**О. В. Кириченко**, асистент кафедри експертизи та митної справи – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Глазуровані сирки сьогодні не новинка, і часто цим продуктом, який вабить своєю яскравою упаковкою, замінюють звичний сир. Спочатку глазуровані сирки створювали як заміник цукерок, які повинні були стати більш корисною альтернативою. Але сучасне виробництво, настільки велике, що зробити правильний вибір глазурованих сирків дуже складно [1].

Вибираючи сирок з наповнювачами краще зупинити вибір на ванільних, макових або зі згущеним молоком, ці наповнювач найчастіше більш натуральні. Глазур – найбільш правильний варіант, це шоколадна (какао порошок і масла). Фруктова і біла є просто сумішшю ароматизаторів, барвників та пальмової олії.

Глазуровані сирки складаються з наступних інгредієнтів: сир кисломолочний, цукор, масло солодковершкове, загущувач



крохмаль модифікований картопляний, регулятор кислотності кислота молочна, ароматизатор «Ваніль». Однак, виробники часто також додають різні добавки для здешевлення продукту, поліпшення його органолептичних властивостей та збільшення терміну придатності. Особливо слід остерігатися транс-жирів, котрі маскуються під скромною назвою «гідрогенізована рослинна олія» тощо [2].

Для дослідження були обрані сирки глазуровані ТМ «Розумний вибір» та ТМ «Чудо» (рис. 1).



Рисунок 1 – Об'єкти дослідження

Згідно з ДСТУ 4503:2005 Вироби сиркові. Загальні технічні вимоги [3] маркування сиркових виробів у спожитковій тарі повинне містити такі позначення:

- загальну назву продукту, власну назву (за наявності);
- номінальну масу нетто, г;
- склад продукту із зазначенням переліку назв складників;
- інформаційні дані про харчову та енергетичну цінність у 100 г продукту;
- кінцевий термін реалізації або дату виготовлення та термін придатності до споживання;
- умови зберігання;
- позначення цього стандарту;
- найменування та адресу виробника і місце виготовлення; назву країни-виробника;
- товарний знак (за наявності);
- штриховий код згідно з ДСТУ 3147.

Відповідно до пункту 10.2.1 термін придатності до споживання за температури зберігання від 2 °С до 6 °С:

- нетермізованих сирків, фасованої сиркової маси, десертів сиркових, кремів сиркових, паст сиркових – не більше 3 діб;

- нетермізованої вагової сиркової маси – не більше 36 год;
- термізованих: сирків, сиркової маси, сиркової пасти, сиркових десертів, кремів сиркових; глазуrowаних сирків; сиркових тортів; сиркових тістечок – не більше 7 діб.

Провівши дослідження, дійшли висновку, що виробники не дотримуються вимог стандарту щодо термінів придатності, що значно перевищують нормативні.

Виробникам сирків глазуrowаних слід дотримуватися вимог чинного законодавства і задовольняти потреби споживачів не лише за органолептичною оцінкою товарів, а й за відмінною якістю.

### **Список використаних джерел**

1. Правильний вибір глазуrowаних сирків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://diagnoz.net.ua/diagnoz/14449-pravilniy-vibr-glazurovanih-sirnih-sirkv.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення 11.04.2018.
2. Що таке транс-жири та чим вони небезпечні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medfond.com/bezpeka/szo-take-trans-zhiri-ta-chim-voni-nebezpechni.html>. – Назва з екрана. – Дата звернення 11.04.2018.
3. ДСТУ 4503:2005 Вироби сиркові. Загальні технічні вимоги. – [Чинний від 2005-12-28]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2006. – 14 с.

## **СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ СОКІВ**

**Е. І. Шепя**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група 17-0436-301

**І. В. Донцова**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

Для виробництва соків підвищеної харчової цінності в Україні є всі необхідні передумови: кліматичні умови, розвинутий сільськогосподарський сектор по вирощуванню відповідної сировини, можливість своєчасної переробки сировини на напівфабрикати та готову продукцію, широкий попит населення різних вікових груп. Сучасний споживач використовує соки не тільки для втомування спраги, але й для поліпшення стану здоров'я,

Науковцями Харківського державного університету харчування та торгівлі розроблено вискоєфективні маловідходні технології пастоподібних концентратів напоїв та роздільних концентратів. Для збереження харчової цінності біологічно активних компонентів овочевої (буряка, моркви, гарбуза, кабачка) та фруктово-ягідної сировини (чорної смородини, малини, вишні, сливи, айви, груш, абрикосів, яблук) запропоновано зниження температури до 40...50 °С під час основних процесів переробки й скорочення часу їх перебігу [1].

Високою біологічною цінністю та антиоксидантними властивостями характеризуються соки з дикорослих фруктів та ягід завдяки підвищеному вмісту фенольних речовин та органічних кислот (яблучна, лимонна, янтарна). Метод ферментативного каталізу та прогрівання м'язги до температури 80 °С, для інактивації власних ендоферментів і забезпечення переходу барвних і фенольних речовин у сік із дикорослої сировини : бузини чорної, чорноплідної горобини, ірги, шовковиці чорної та калини, було запропоновано у Полтавському університеті економіки і торгівлі. Але для вдосконалення їх споживних властивостей – поліпшення смаку та кольору, їх купажували із виноградним, яблучним та лимонним соками [2].

Особливими споживачами соків є спортсмени. Для них розроблено рецептуру напоїв з використанням вуглеводів з високим значенням глікемічного індексу. Для поповнення дефіциту кальцію та швидкого поновлення енергетичних сил організмом, запропоновано спортивні напої на основі яблучного та морквяного соків із додаванням лактату кальцію [3].

Цілеспрямовані лікувально-профілактичні властивості має неосвітлений яблучний сік із включенням антоціанів винограду, стабілізованого гуміарабіком. В якості компонентів було використано комерційний препарат антоціанів червоного винограду та аравійську камедь [4].

Цінним джерелом мінорних біологічно активних речовин для свіжовичавленого апельсиново-яблучного соку можуть виступати водні екстракти рослинної сировини. Хімічний склад та фізіологічна дія на організм людини обумовили використання м'яти перцевої (*Mentha piperita*) та шавлії лікарської (*Salvia officinalis*). Отриманий продукт мав освіжаючий, кисло-солодкий, злегка терпкуватий смак із ароматами апельсину, яблука і використаної рослинної сировини [5].

Для підвищення загального тону організму посилення розумової та фізичної працездатності людини запатентовано яблучно-селеровий сік у співвідношенні: 80 % соку яблук та 20 % соку селери. Такий вибір сировини обумовлено тим, що селера є джерелом вітамінів та мікроелементів, ефірної олії, крохмалю, оцтової, масляної і щавлевої кислоти, рослинних гормонів [6].

Отже, вітчизняні науковці та виробники довели можливість поліпшення споживних властивостей соків з використанням загальнодоступної та недорогої сировини.

### **Список використаних джерел**

1. Маяк В. І. Нові високоефективні технології виробництва концентрованих продуктів із плодоовочевої сировини / В. І. Маяк, О. А. Маяк, Б. В. Ляшенко, А. М. Сардаров // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. – 2014. – Вип. 1. – С. 160–167.
2. Хомич Г. П. Розширення асортименту консервованої продукції з використанням соків дикорослої сировини / Г. П. Хомич, Н. І. Ткач // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 1 (57). – 2013. – С. 120–124.
3. Козонова Ю. О. Соковмісні напої для спортсменів / Ю. О. Козонова, Д. Ю. Пруц // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій Міністерство освіти і науки України. – Одеса : 2014. – Вип. 46. – Т. 1. – С. 32–36.
4. Гураль Л. Натуральні соки, збагачені стабілізованими гуміарабіком антоціанами винограду / Л. Гураль, А. Куріленко // Тези доповідей міжнародної науково-технічної конференції «Стан і перспективи харчової науки та промисловості», 8–9 жовтня 2015 р. – Т. : ТНТУ, 2015. – С. 44–45.
5. Арпуль О. В. Використання рослинної сировини для збагачення свіжовичавлених соків біологічно активними речовинами / О. В. Арпуль, О. М. Усатюк, Н. В. Жукова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 3(3). – С. 22–25.
6. Попова Н. О. Використання кореня селери як допоміжної сировини у розробці нового функціонального продукту / Н. О. Попова, В. І. Акаймова // Товарознавчий вісник. – 2013. – Вип. 6. – С. 213–218.

## СЕКЦІЯ 19. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ

### ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ СОКІВ ТА КОМПОТІВ ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

**А. О. Сопітько**, студентка спеціальності «Біотехнологія», групи БТ-21

**В. І. Дмитренко**, к. т. н., доцент кафедри хімії – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Споживання фруктових і овочевих соків населенням України за останні десять років значно зросло. Соком може називатися лише стовідсотково натуральний продукт, отриманий із фруктів чи овочів шляхом прямого віджиму або відтворений із концентрату.

Виробники сокової продукції при її маркуванні дозволяють собі використовувати напис *«100 % натуральний продукт»* і апелюють, що даний напис не суперечить чинному законодавству.

**Мета дослідження:** визначення якості компотів та соків за фізико-хімічними показниками.

#### **Завдання дослідження:**

1. Визначити вміст вітаміну С в досліджуваних соках та компотах.
2. Визначити рН досліджуваних соків та компотів.
3. Визначити наявність барвників та нітратів в соках і компотах.
4. Перевірити відповідність отриманих даних вимогам держстандарту.

**Матеріали та методи дослідження.** Для дослідження обрано таку продукцію:

1. «Наш Сік» (яблуко).
2. «Садочок» (апельсин).
3. «Наш Сік» (вишня).
- 4–5. Соки (концервовані) (Абрикосовий та Яблучний) домашнього приготування.
- 6–7. Компоти Яблучний та Вишневий домашнього приготування зі свіжих фруктів.

Досліджувані зразки виготовлені відповідно ДСТУ 4283.2:2007. Термін придатності – 365 днів.

Вміст вітаміну С визначила йодометричним титруванням. Наявність барвників визначила содою ( $\text{NaHCO}_3$ ). Наявність нітратів визначила за допомогою якісної реакції з дифеніламіном.

**Результати та обговорення.** За результатами досліджень встановлено, що вміст вітаміну С у зразках становить 1,848–3,828 мг%. Добова потреба соків з вітаміном С сягає в межах 60–70 мг на 100 г продукту (табл. 1).

**Таблиця 1 – Вміст вітаміну С у соках**

№ з/п	Назва продукту	Вміст вітаміну С (мг%)	Вміст вітаміну С (мг)
1	Компот вишневий	1,848	18
2	Сік абрикосовий	1,716	17
3	Узвар яблучний	2,112	21
4	Сік яблучний	2,376	23
5	Вишневий сік	1,848	18
6	Апельсиновий сік	3,828	38
7	Яблучний сік	2,64	26

Результати досліджень на наявність нітратів показали, що у досліджуваних соках вони відсутні. Про це вказує відсутність синього забарвлення з дифеніламіном.

Якісна реакція за допомогою соди показала, що барвники були виявлені лише у 2-х зразках, це апельсиновий і яблучний соки. (табл. 2).

**Таблиця 2 – Вміст барвників та нітратів у соках**

№	Соки	Наявність барвників	Наявність нітратів
1	Компот вишневий	–	–
2	Сік абрикосовий	–	–
3	Узвар яблучний	–	–
4	Сік яблучний	–	–
5	Вишневий сік	–	–
6	Апельсиновий сік	+	–
7	Яблучний сік	+	–

Результати досліджень на рН показали, що всі зразки відповідають вимогам ДСТУ4283.2:2007 «Консерви соки та сокові продукти». (табл. 3).

**Таблиця 3 – Показник кислотності (pH) досліджуваних соків**

№ з/п	Назва продукта	pH	Згідно з ДСТУ4283.2:2007
1	Компот вишневий	3,9	pH < 3,8–4,2
2	Сік абрикосовий	3,3	
3	Узвар яблучний	3,7	
4	Сік яблучний	3,8	
5	Вишневий сік	3,2	
6	Апельсиновий сік	3,6	
7	Яблучний сік	3,5	

Таким чином, із усього вищенаведеного можна зробити такі **висновки:**

1. Вміст вітаміну С у досліджуваних зразках становить 18–38 мг на 100 г продукту.

2. Наявність нітратів не виявилось в жодних зразках, а от барвники були наявні в апельсиновому та яблучному соках.

3. pH досліджуваних зразків відповідає вимогам ДСТУ4283.2:2007 «Консерви соки та сокові продукти».

### **ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПРЕСЕРВІВ З ФІЛЕ ОСЕЛЕДЦЯ**

**Т. Г. Бондарець**, учениця 11-А класу, ЗОШ I–III ступенів № 34, м. Полтави

**Н. В. Гнітій**, ст. викладач кафедри хімії – науковий керівник Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Рибні пресерви мають велике значення у харчуванні населення, а їх виробництво стає все більш поширеним методом переробки риби у рибній промисловості. На даний час рибні пресерви користується досить великим попитом у населення, за рахунок того, що мають недосидь великі ціни і більшість населення віддає їм перевагу.

Доцільно розглянути питання щодо корисності та якості рибних пресервів, що реалізуються у супермаркетах міста Полтави.

**Предметом** наукової роботи є фізико-хімічні властивості пресервів, що реалізуються в торговельній мережі м. Полтава.

**Об'єктом досліджень** є пресерви з філе оселедця вітчизняних товаровиробників.

**Дослідження фізико-хімічних показників пресервів.** Коефіцієнт буферності рибних пресервів, приготованих з різних видів оселедця при дозріванні, зазначений в табл. 1.

**Таблиця 1 – Коефіцієнт буферності рибних пресервів, приготованих з різних видів оселедця при дозріванні**

Назва	Коефіцієнт буферності, градус		
	початок	активна фаза	перезрівання
Оселедець	120–150	160–220	220 і більше

Результати визначення фізико-хімічних показників пресервів з риби представлені в таблиці 2. Ми визначали масову частку кухонної солі в м'ясі риби, кислотність м'яса і її буферність. Кислотність м'яса у всіх зразків відповідає нормі.

Фізико-хімічні дослідження підтвердили, що пресерви, вироблені ТМ «Своя лінія» та ТМ «Розумний вибір» є перезрілими, так як показник буферності у них становить 281 та 295, що відповідає показнику перезрілій риби. Якщо врахувати що зберігалися пресерви менше трьох тижнів, одна з причин цього дефекту на нашу думку це – використання неякісної сировини. Інша причина, по якій перезрівання пресервів могло статися до закінчення терміну зберігання – неправильні умови зберігання: вище ніж 0 градусів С.

**Таблиця 2 – Результати дослідження фізико-хімічних показників**

Зразки пресервів у маслі	ПОКАЗНИКИ		
	Масова доля харчової солі в пресервах, %	Бензойно кислий натрій	Буферність, 0
			По ГОСТ 7453-86 С.4
			початок 120–150
	По ГОСТ 7453-86 С.4		актив. 160–220
	3,0–8,0 %	Не більше 0,1	перезрівання 220 та більше
ОТРИМАНІ РЕЗУЛЬТАТИ			
ТМ «ТРИ ТОН»	4,9	0,1	210
ТМ «Фрегат»	4,1	0,1	183
ТМ «Водный мир»	7,5	0,1	178
ТМ «Своя лінія»	13,4	0,1	281
ТМ «Розумний вибір»	15,5	0,1	294



А ось за змістом солі тільки два зразка не відповідає нормі стандарту, це пресерви, випущені підприємствами для супермаркетів АТБ. Підвищений вміст солі в продукті значно погіршує органолептичні якості пресервів, роблячи м'ясо риби більш грубим і несмачним. Причина даного дефекту – порушення рецептури при виробництві пресервів.

## **АНАЛІЗ ЯКОСТІ СВІТЛИХ СОРТІВ ПИВА ЗА ФІЗИКО-ХІМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ**

**Є. В. Галенко, Н. С. Макаренко, А. Ю. Мотієнко**, студенти напрямку підготовки «Готельно-ресторанна справа», група ГРС-15

**О. В. Соколова**, асистент кафедри хімії – науковий керівник Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У всьому світі пиво користується великим попитом у населення завдяки приємному смаку, тонізуючій та спрагогамуючій дії. Пиво, будучи слабоалкогольним напоєм, в багатьох країнах виступає суперником міцних алкогольних виробів.

Ринок пива характеризується інтенсивним розвитком і високою конкурентністю. Тому, щоб мати гарну конкурентоспроможність, виробники повинні випускати пиво гарної якості, що відповідає вимогам стандартів та показниками безпеки. Пиво гарної якості повинне мати приємний смак і аромат, добре пінитися і утримувати шар піни, а також відповідати фізико-хімічним нормативам.

Цілком закономірно, що саме з пивом у нас асоціюється гарний настрій, що приходить на зміну депресії і смутку. Не можна назвати жодного шкідливого компонента у пиві. Організм одержує потрібну порцію вітамінів і мінералів. Інша річ, що потрібної технології (особливо, пов'язаної з процесом бродіння) дотримуються не всі виробники пива.

З огляду на велику різноманітність сортів, рецептур виготовлення цього напою та зростаючу популярність серед різних категорій населення було вирішено дослідити основні якісні показники світлих сортів пива, представленого в торгівельній мережі міста Полтави.

**Мета дослідження:** визначення кислотності, вмісту спирту та піностійкості зразків світлого пастеризованого пива.

**Об'єкти дослідження:** 3 види пива світлого пастеризованого ТМ різних товаровиробників, придбаних у м.Полтава.

**Методи дослідження:** титриметричний – визначення активної (титрованої) кислотності; рефрактометричний – визначення вмісту етанолу; органолептичний – визначення пінистості та стійкості піни.

**Результати дослідження** сформовано у вигляді таблиці:

№ зразка	Кислотність, мл NaOH	Норма за ДСТУ	Вміст спирту, % об.	Норма за ДСТУ	Вис. піни, мм/піноск., хв	Норма за ДСТУ
1	3	до 4	4,6 %	3,6 – 4,0	90/5,52	не менше 20/2
2	4		5,0 %		100/4,54	
3	3,2		4,5 %		90/4	

**Висновок:** за результатами досліджень всі зразки не відповідають нормам ДСТУ щодо вмісту спирту етилового, показники титрованої кислотності та піноскості знаходяться в межах норм, передбачених ДСТУ.

Крім того, через 2 тижні після проведення досліджень було виміряно показники рН трьох зразків пива (пряма потенціометрія), що зберігалися за температури 18 °С. При цьому не зафіксовано зростання кислотності середовища в жодному зі зразків, а, отже відсутні чи дуже уповільнені процеси окиснення(скисання) пива. Це може свідчити про наявність харчових добавок з групи антиоксидантів чи антибіотиків.

Тому рекомендується для вживання обирати зразки пива з коротким терміном зберігання, уважно вивчати інформацію на пакуванні та дотримуватися норм споживання цього напою.

### Список використаних джерел

1. ДСТУ 3888-99. Пиво. Загальні технічні умови. – Київ : Держстандарт України, 1999.
2. «Исследование продовольственных товаров», «Экономика». – Москва, 1970. – С. 240–241.
3. Коренман Я. И. Практикум по аналитической химии (оптические методы анализа). – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 1988. – С. 140–141.

## **СЕКЦІЯ 20. ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

---

### **ДОСЛІДЖЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ АКТИВНОСТІ СВІТЛА НОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ЛАМП**

*І. В. Андрейкус, студент групи ТКД 42-і*

*Г. М. Кожушко, д. т. н. – науковий керівник*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Світло є однією із важливих складових життєвого середовища для існування людини. Приблизно 80 % інформації про навколишній світ людина отримує за допомогою зору. Але світло служить не тільки засобом отримання зорової інформації – воно спричиняє на людину і незоровий вплив. Крім зорових рецепторів (паличок та колбочок), які забезпечують отримання і первинну обробку інформації, що передається світлом про навколишній світ, є ще один, третій тип фоторецепторів. Він відкритий зовсім недавно, і називається чутливим рецептором циркадного циклу [1–2]. В людському організмі ці рецептори відіграють роль датчиків для центрального «біологічного годинника». Біологічний годинник регулює ряд біологічних процесів, що протікають в організмі людини, причому це відбувається на основі інформації про освітленість. Для характеристики світла введені нові поняття, такі як біологічна активність світла, циркадна ефективність, біологічний еквівалент випромінювання [3–5].

**Мета.** Метою даної роботи є порівняльні дослідження біологічної активності світла ламп розжарювання та світлодіодних ламп та інформування споживачів про доцільні сфери використання світлодіодних ламп з різною колірною температурою світла.

На сьогодні такі дослідження можуть бути проведені без «медичної складової», спираючись на відомі залежності спектру пригнічення секреції мелатоніну та функції відносної спектральної ефективності для денного зору  $V(\lambda)$ . [5]

Для розрахунку біологічного еквіваленту випромінювання світлодіодів, нами використана спрощена методика [3].

Досліджувалась циркадна ефективність комерційних зразків світлодіодних ламп торгівельної марки «MAXUS». Для дослідження були вибрані лампи з різною кольірною температурою – від 2 700 К до 6 300 К. Порівняння біологічної активності світла світлодіодних ламп проводили з світлом галогенної лампи розжарювання (2 800 К). Розрахунок корельованої кольірної температури проводили на основі вимірювання спектру випромінювання з використанням спектрорадіометра HAAS-2000. Результати досліджень зведені в табл. 1.

**Таблиця 1 – Відносний вплив біологічної активності світла з різними кольірними параметрами на пригнічення секреції мелатоніну**

Тип лампи	Корельована кольірна температура, $T_{\text{кол}}$ , К	Координати кольірності		Коефіцієнт циркадної ефективності, $a_c$	Відносний біологічний еквівалент, %
		x	y		
Лампа розжарювання	2 800			0,35	100
Світлодіодні лампи	2 680	0,4633	0,4140	0,296	85
	2 800	0,4486	0,4019	0,37	105
	3 100	0,4264	0,3931	0,45	129
	4 200	0,3714	0,3678	0,7	200
	5 400	0,3347	0,3499	0,9	257
	6 300	0,3159	0,3385	1,02	290

Як видно із отриманих результатів пригнічення секреції мелатоніну збільшується зі збільшенням корельованої кольірної температури. Світло світлодіодів може перевищувати біологічну активність в порівнянні з лампами розжарювання, до 300 %.

Із проведеного аналізу можна зробити наступні висновки стосовно вимог до біологічної активності світла світлодіодних ламп:

1) спектральний склад світла є важливим параметром штучних джерел світла, який впливає не тільки на зорову функцію, комфортність, але і на здоров'я людей;

2) для житлового освітлення, дитячих та шкільних закладів доцільно рекомендувати використовувати світлодіодні лампи з біологічною активністю світла, яка не перевищує цю величину для ламп розжарювання. Це можна обґрунтувати тим, що за

столітню історію використання цих ламп для освітлення житла негативного впливу на фізичне та психологічне здоров'я людей виявлено не було;

### Список використаних джерел

1. Berson D. M Phototransduction by Retinal Ganglion Cells That Set the Circadian Clock / D. M. Berson, F. A. Dunn, M. Takao // Science. – 2002. – Vol. 295. – P. 1070.
2. Action Spectrum for Melatonin Regulation in Humans: Evidence for a Novel Circadian Photoreceptor / G. Brainard, J. Hanifin, J. Greeson, B. Byrne, G. Glickman, E. Gerner, M. Rollag // Journal of Neuroscience. – 2001. – Vol. 21. – № 16. – P. 6405.
3. Биске К. Определение и измерение циркометрических величин / Биске К., Галл Д. // Светотехника. – 2006. – № 1. – С. 49–51.
4. Адриан В. Комментарий к спектру действия излучения для регуляции секреции мела тонина / Адриан В. // Светотехника. – 2008. – № 1. – С. 39–41.
5. О биологическом эквиваленте излучения светодиодных и традиционных источников света с цветовой температурой 1 800–10 000 К / Аладов А. В., Закгейм А. Л., Мизеров М. Н., Черняков А. Е. // Светотехника. – 2012. – № 3. – С. 7–10.

### ОСОБЛИВОСТІ ПАКОВАННЯ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ НА ПрАТ «ДОМІНІК»

**А. В. Деркач**, студентка напряму підготовки «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТКД-41і

**Л. М. Губа**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства непродовольчих товарів – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Процеси глобалізації за останні роки суттєво вплинули на підвищення вимог до пакування товарів. Це зумовлено прогресом у галузі пакувальної техніки, новими знаннями і досвідом у використанні функції пакування, вимогами економіки та екології і відповідно появою розробкою нових пакувальних матеріалів. Тому тема роботи є актуальною та своєчасною.

Метою даної роботи є визначення особливостей пакування кондитерських виробів. Об'єктом роботи є пакування кондитерських виробів, які реалізуються у ПрАТ Домінік – динамічний компанії, яка займає одну з лідируючих позицій серед виробників на ринку кондитерських виробів України.

Вимоги до тари, пакувальних засобів визначаються функціональним призначенням останніх і обумовлені об'єктивними експлуатаційними чинниками. Умовно їх можна розділити на зовнішні і внутрішні. Зовнішні фактори мають різну природу: механічну (статичні і ударні навантаження, вібрація); кліматичну (температура, вологість повітря і їх різкі коливання); біологічну (дія мікроорганізмів, комах, гризунів). До внутрішніх факторів належать хімічна стійкість матеріалу, внутрішній тиск, а також знос пакування під дією його вмісту [1].

Особливої уваги заслуговують пакування, що безпосередньо контактують з харчовими продуктами, зокрема кондитерськими виробами. Так, наприклад, пакувальні плівки для кондитерських виробів повинні мати багатофункціональні властивості: захищати кондитерські вироби від забруднення, механічних пошкоджень, злипання, висихання, окислення; забезпечувати жиростійкість, антиадгезійні властивості; мати здатність до утворення відповідного пакування певної форми, зварюваність тощо; адаптуватися до фасувального пакувального обладнання, мати високу технологічність при здійсненні пакувального процесу (антистатичні, ковзаючі властивості, міцність, жорсткість тощо).

Вимоги до інформації для споживача про харчові продукти містяться в законодавчих актах, а також регламентуються практично у всіх стандартах на харчові продукти: Закони України «Про захист прав споживачів» [2], «Про безпечність та якість харчових продуктів» [3], Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.10.2010 № 487 «Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів» [4], Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» від 11.07.2003 № 185 та стандарти на окремі види харчових продуктів [5].

За результатами дослідження встановлено, що продукція, а саме три види шоколаду ПрАТ «Домінік», містить всю необхідну основну, комерційну та споживчу інформацію на пакуванні, що відповідає встановленим вимогам. Також представлені всі форми товарної інформації: словесна, цифрова, образотворча, символічна, штрихова.

На упаковках досліджуваних зразків шоколаду нанесені чіткі малюнки і написи, яскраві фарби, всі вироби щільно загорнуті. Упаковка шоколаду молочного «Домінік» з фундуком та ізюмом

– паперова. Вона є одноразовою, нешкідливою та легко утилізується. Упаковки шоколаду «Чайка» та «Оленка» – типу «Floy-rack». Вони герметично зварені із полімерних матеріалів з високими бар’єрними властивостями, зберігають аромат, протидіють висиханню, окисленню, черствінню, розвитку мікрофлори, мікробів і плісняви, набуттю сторонніх запахів.

Таким чином, встановлено, що на ПрАТ «Домінік» останнім часом популярним пакувальним матеріалом для кондитерських виробів є папір. Однак не полишають своїх лідерських позицій і полімерні плівки. Останні відрізняються жиро- та вологонепроникністю, мають антиадгезійні властивості, не прилипають і легко відділяються від продуктів, захищають вироби від забруднення і пошкодження.

### **Список використаних джерел**

1. Сирохман І. В. Товарознавство пакувальних товарів і тари : підручник / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. – Київ : Центр учб. л-ри, 2009. – С. 415-478.
2. Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>. – Назва з екрана.
3. Про безпечність та якість харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України затверджений Верховною Радою України від 23 груд. 1997 р. № 771/97. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр>. – Назва з екрана.
4. Технічний регламент щодо маркування харчових продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11>. – Назва з екрана.
5. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами [Електронний ресурс]: Наказ. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>. – Назва з екрана.

### **СТАН СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ**

*І. М. Пазенко, студентка напряму підготовки «Товарознавство і комерційна діяльність», група ТКД-21*

*Ю. О. Басова, к. т. н., доцент кафедри товарознавства непродовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки й торгівлі».*

Оскільки косметична продукція безпосередньо діє на людський організм, то показники її безпеки є визначальним критерієм при виборі товару і їх важливість постійно зростає.

Саме тому доволі актуальним є необхідність погодження і прийняття усіх вимог європейських регламентів щодо косметичної продукції та розроблення відповідного нормативно-технічного забезпечення із врахуванням особливостей вітчизняної косметичної галузі.

Нормативна база виробництва та реалізації косметичних виробів в Україні налічує понад 120 стандартів. Серед них 69 міждержавних стандартів (ГОСТ) і 32 національних стандартів України (ДСТУ), а також 29 загальних технічних умов на окремі найменування косметичної продукції та оригінальні стандарти ISO. [1]

Показники безпеки косметичної продукції регламентуються Державними санітарними правилами і нормами безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості. [2]

На сьогодні Європейським парламентом і Радою був прийнятий Регламент (ЄС) № 1223/2009 на косметичну продукцію, який у повному обсязі був уведений в дію з 11 липня 2013 року [1]. Враховуючи усі особливості українського та європейського законодавства можна зробити порівняння, що наведене у табл. 1 [3].

**Таблиця 1 – Порівняльний аналіз нормативно-технічного забезпечення косметичної галузі в Україні та ЄС**

<b>Аспекти системи технічного регулювання</b>	<b>Україна</b>	<b>ЄС</b>
Визначеність галузі	Сфера непродовольчих товарів	Косметика
Мета діяльності	Кінцева якість продукції	Безпека продукції
Базовий нормативний документ	ДСанПіН 2.2.9.027-99	Регламент (ЄС) № 1223/2009
Вимоги до інгредієнтів рецептури	Не регламентовані, зокрема потрібні для барвників, консервантів, уф-фільтрів, нанометеріалів та ін.	Чітко прописано заборону, обмеження чи дозвіл на використання для усіх інгредієнтів рецептури
Рівень впровадження наукових досліджень	Низький, лише пропозиції	Постійне оновлення нормативно-технічного забезпечення



### **Висновки:**

1. Аналіз косметичної галузі в Україні засвідчує наявність проблем у сфері виробництва та реалізації безпечної для споживача продукції, нормативи є суттєво застарілими

2. Чинні вимоги нормативів не відповідають європейському законодавству і не сприяють вільному переміщенню косметичної продукції з України на європейські ринки.

### **Список використаних джерел**

1. Перелік нормативної документації [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ : Асоціація «Парфумерія та Косметика України», 2011–2012. – Режим доступу: <http://apcu.ua/kosmetichnizasobi/standarti.html>. – Назва з екрана.
2. Державні санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості : ДСанПіН 2.2.9.027-99. – [від 01.07.99 р., № 27]. – Київ : Державна санітарно-епідеміологічна служба, 1999. – 5 с.
3. Кордіяка Ю. М. Вдосконалення нормативно-технічного забезпечення випробувань та якості косметичних засобів [Електронний ресурс] : дис. ... на здобуття наук. ступеня к. т. н. / Кордіяка Юлія Миронівна. – Львів, 2016. – 201 с. – Режим доступу: [http://lp.edu.ua/sites/default/files/dissertation/2017/4753/dis\\_kordiiaka\\_u.m.pdf](http://lp.edu.ua/sites/default/files/dissertation/2017/4753/dis_kordiiaka_u.m.pdf). – Назва з екрана.

## **ІННОВАЦІЙНІ СИРОВИННІ РЕСУРСИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ШВЕЙНИХ ТА ТРИКОТАЖНИХ ВИРОБІВ**

**М. С. Береза**, магістр спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**Л. В. Пелик**, д. т. н., професор кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів – науковий керівник  
*Львівський торговельно-економічний університет*

Сировина є одним із найважливіших вихідних факторів, що визначають експлуатаційні характеристики текстильних матеріалів для швейних виробів. Від сировинного складу тканин залежать їх зовнішній вигляд, пружність, опір різанню, обсіпальність, розтяжність, здатність спресовуватись і розпрасовуватись, вибір волого-теплового оброблення. Для виготовлення тканин використовують різноманітні волокна, які визначають основні фізико-хімічні властивості, зовнішній вигляд, зносостійкість текстильних матеріалів і значною мірою впливають на

параметри технологічного процесу виготовлення швейних виробів та їх якість.

Новий асортимент поліамідних ниток пропонує фірма «Du Pont» (США), яка зареєструвала нову торгову марку – Тактель (Tactel®). Тактель – це поліамідні волокна, які володіють унікальною здатністю відводити потові виділення на зовнішню поверхню одягу. Технологія створення цих волокон дозволяє добитися поєднання, здавалося б, непокєднуваних властивостей – вітронепроникності й високої здатності «дихати».

Свою назву волокна Тактель отримали від латинського слова *tacto* (торкаюся), оскільки вироби з нього відрізняються підвищеною комфортністю, створюючи ефект «другої шкіри». Волокна призначені для створення матеріалів, що поєднують у собі відмінний зовнішній вигляд, практичність і відчуття комфорту. Основні властивості волокон Тактель: м'якість, легкість, міцність, еластичність, стійкість до пілінгу і стирання, а також широкий спектр поверхневих ефектів.

У даний час концерном «Дюпон» пропонується широкий асортимент ниток Тактель, який розширюється: від міцних, розрахованих на виготовлення верхнього вуличного одягу, до м'яких, вишуканих – для виробництва колготок і білизни. Річ у тому, що різні модифікації нитки Тактель самі по собі і в поєднанні один з одним і з іншими матеріалами надають практично необмежені можливості для творчості. Залежно від вигляду використовуваних волокон матеріали можуть бути дуже різними: від іскристих і веселкових до абсолютно матових, бархатистих.

*Тактель® мікро* – торгове найменування, яке фірма «Du Pont» дала гамі високотехнологічних ниток із поліаміду 6-6, що складаються з множини ультратонких монониток, товщина яких менш як 8 мкм (у 15 разів тонша за шовк). Цю нитку застосовують у виробництві тканин, які володіють високою атмосферостійкістю і при цьому «дихають», маючи виключну м'якість на дотик й вишуканий зовнішній вигляд, що робить їх чудовим матеріалом для виготовлення плащів для дощової погоди, модного вихідного одягу та одягу для відпочинку. З нитки Тактель® мікро виготовляють, крім того, м'які та комфортні спортивні й панчішно-шкарпеткові вироби.

*Тактель® мультисофт* – гама універсальних ниток, вироби з яких мають чудову шовковистість та м'які на дотик, відзнача-

ються широким спектром відтінків, блиску й візуальних ефектів, яких досягають завдяки особливостям полімеру та спеціального поперечного перерізу волокна. Нитку використовують для виготовлення трикотажних виробів, купальних костюмів, білизни, корсетних виробів і тканин.

*Тактель® діаболо* – нова родина поліамідних ниток, виготовлена з надзвичайно чистого полімеру, який забезпечує чудову світлопроникність та відбиття, а також свіжість кольору. Особливий поперечний переріз нитки створює унікальний глянець, надає одягу, виготовленому з ниток Тактель® діаболо, своєрідний відтінок. Тканини з даної нитки відзначаються чудовою драпірувальністю.

*Тактель® текстураль* – важкі матові мононитки, що вплітаються в основу і уток основної тканини. В результаті за зовнішнім виглядом тканини мають грубувату поверхню, залишаючись м'якими і рухливими на дотик. Такі тканини ідеально підходять для виготовлення модного і зносостійкого спортивного одягу (для альпіністів, туристів та ін.)

*Тактель® акватор* – мононитки, що переносять вологу тіла людини з внутрішнього шару тканини на зовнішній бавовняний шар, внаслідок чого тіло людини залишається сухим. Виготовлення двoshарового матеріалу з використанням ниток Тактель акватор дозволяє добитися підвищеної вітронепроникності, тканина «дихає», швидко сохне, легко переться і володіє високою зносостійкістю. Двошаровий матеріал дозволяє вмити переносити вологу з внутрішнього шару на зовнішній, де вона швидко випаровується. Тіло залишається сухим і не переохолоджується. Така тканина володіє прекрасними гігієнічними властивостями, що забезпечують відчуття постійного комфорту при заняттях спортом і на дозвіллі.

*Тактель® страта* – в одній комплексній нитці поєднуються елементарні нитки різного поперечного перетину, це дозволяє створювати тканини з унікальним двотоновим ефектом при фарбуванні.

## **СЕКЦІЯ 21. СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ, ЯКІСТЬ ТА ЕКСПЕРТИЗА ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

---

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ЗАТЯЖНОГО ПЕЧИВА РІЗНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК**

*Д. О. Крель, студентка напряму підготовки «Біотехнологія»,  
група БТ-31*

*А. П. Кайнаш, к. т. н., доцент кафедри товарознавства про-  
довольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універ-  
ситет економіки і торгівлі»*

У сучасних умовах значна кількість продовольчих товарів, що надходять на ринок, виготовляється без належного контролю якості, часто можна зустріти фальсифіковану та зіпсовану продукцію.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що зтяжне печиво – одне із кондитерських виробів, що часто фальсифікують. З ним відчайдушно конкурують безмежна кількість печива різних кондитерських виробів: цукрове, здобне, листкове, вівсяне та інші. Проте зтяжне печиво займає гідне місце в конкуренції оскільки воно є дієтичним продуктом, його використовують в дитячому харчуванні та для літніх людей. Зтяжне печиво виготовляють з борошна вищого і 1-го сортів. Кращі смакові властивості має печиво на маслі вершковому і молоці незбираному [1].

Метою роботи є визначення показників якості зтяжного печива різних торговельних марок.

Об'єктами дослідження було обрано три зразка зтяжного печива вітчизняних виробників: зразок № 1 – ТМ «Ярич» (ТОВ «Кондитерська фабрика Ярич» Львівська обл., с. Старий Яричів), зразок № 2 – ТМ «Перепелка» (ТОВ «Світ ласощів» м. Черкаси), зразок № 3 – Корпорація «Бісквіт-Шоколад» (ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» м. Харків).

Органолептичне оцінювання проводилося за наступними показниками: смак і запах, консистенція та зовнішній вигляд, колір, пакування та маркування. Поверхня обраних зразків печива була гладка, не підгоріла, вигляд у розломі правильний, колір печива рівномірний, від світлого до темного забарвлення. Смак і запах чистий, без сторонніх запахів та присмаків. За результатами оцінки якості за органолептичними показниками всі

досліджуванні зразки печива відповідають вимогам ДСТУ 3781-98 [2].

За результатами дегустації за 20-ти баловою шкалою зразок № 3 Корпорація «Бісквіт-Шоколад» отримав 19,8 балів, що відповідає відмінній якості, зразок № 1 «Ярич» – 19,6 балів (добра якість) і 19,4 бали (задовільна якість) – зразок № 2 «Перепелка».

Також якість зразків печива зтяжного обраних торгових марок досліджували за мікробіологічними показниками. З метою визначення кількості мікроорганізмів у досліджуваних зразках, проводили підрахунки колоній, що виросли на поживних середовищах. З кожної типової колонії середовища МПА готували фіксовані препарати та фарбували їх за Грамом і з кожної типової колонії середовища СА готували препарат «роздавлена крапля» [3].

За результатами досліджень було встановлено відсутність патогенних організмів і кількість грибів та бактерій в зразках усіх трьох торгових марок. Це свідчить про те, що виробники дотримуються санітарно-гігієнічних норм при виробництві даного продукту.

За результатами КМАФАнМ усі зразки печива зтяжного не перевищують допустиму норму (норма  $1,0 \times 10^5$  КУО/г) згідно з ДСТУ 3781-91. Також, у досліджуваних зразках печива зтяжного не було виявлено плісневих грибів та дріжджів [3].

Результати визначення мікробіологічних показників показали, що всі досліджувані зразки печива зтяжного відповідають вимогам ДСТУ 3781-98 за кількістю МАФАнМ, плісневих грибів та дріжджів, БГКП та сальмонели не було виявлено в жодному із зразків.

Отже, за результатами визначення якості печива зтяжного встановлено, що всі три зразка ТМ «Ярич», ТМ «Перепелка», Корпорація «Бісквіт-Шоколад» відповідають вимогам ДСТУ 3781-98 «Печиво. Загальні технічні умови» [2] за всіма досліджуваними показниками.

### **Список використаних джерел**

1. Сирохман І. В. Товарознавство цукру, кондитерських виробів : навч. посіб. / І. В. Сирохман, Т. М. Лозова. – Київ : Центр учб. л-ри, 2008. – 616 с.
2. Печиво. Загальні технічні умови : ДСТУ 3781-98. – [Чинний від 1999-07-01]. – Київ : Держстандарт України, 2001. – 16 с.

3. Манжос О. Ф. Технічна мікробіологія. Робочий зошит [Електронний ресурс] : навч. завдання / О. Ф. Манжос, А. Б. Бородай. – 2009. – 74 с.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО РИНКУ ВИНОГРАДНИХ ВИН В УКРАЇНІ**

**А. О. Терещенко**, студент спеціальності «Товарознавство і комерційна діяльність», група ТКД-51м

**А. П. Кайнаш**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Виноградарство – це апріорі дуже витратна справа. Зрозуміло, що без лояльних державних програм підтримки вивести виноградарство та виноробство на рівень успішної повноцінної галузі економіки неможливо.

Актуальність теми полягає в тому, що для України стресом стала втрата кримських компаній, які не лише вирощували виноград, а й були найбільшими виробниками вітчизняного вина: мали свої виробничі потужності, відомі торгові марки та забезпечували майже 60 % всієї готової продукції. На сьогоднішній день, декілька кримських компаній змогли частково перенести (або ж орендувати) потужності на материкову частину та відновити розлив продукції. Жодна з кримських компаній, які відновили випуск продукції на материку не змогла, поки що, повернути собі колишні позиції у рейтингу виробників [1].

Метою роботи є дослідження сучасного ринку виноградних вин в Україні.

Переважаюча більшість виноробних підприємств в Україні розміщені в Одесі та Одеській області – в Білгород-Дністровському, Ізмаїлі, в Закарпатській області – Ужгороді, Мукачеві, Береговому, Іршаві, в Херсонській області – Цюрупинську, Новій Каховці, Голій Пристані. Виноробні підприємства є також майже у всіх обласних і в багатьох великих промислових центрах України. На сьогоднішній день до першої п'ятірки лідерів з виробництва вина увійшли: ПАТ «Коблево», ВАТ АПФ «Таврія» (підрозділ «Першого виноробного холдингу», який розпочав випуск продукції ТМ Inkerman), ТОВ «Нива», ТОВ «Промислово-торгова компанія «Шабо», ТОВ «Фрут Мастер Фудс» (ТМ «Котнар») [2].

Нинішній стан ринку вина можна охарактеризувати як важкий. Вплив політичної й економічної ситуації в країні ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками. На українському ринку виноробства виробництво скорочується катастрофічно швидко. А воєнні дії в Східному регіоні й анексія АР Крим значно підрвали потенціал ринку.

З даних динаміки виробництва вина в Україні за 2015–2017 рр. в 2015 році спостерігається позитивна тенденція до нарощування виробництва вина до обсягів 2012 р., і становить 12,4 млн дал. [3]. Зараз вже не може бути великого зниження, адже виробництво вже перебуває на мінімальному рівні, а власне порівняння будується на зіставленні даних з найгіршим роком для виноробства України

На жаль, у зв'язку з перенесенням частини виробництва (кримські компанії) на материкові потужності, дані Держстату не можна вважати стовідсотково коректними.

Імпорт виноградних вин за період 2015–2017 рр. то збільшувався, то зменшувався. Найбільше вина завозиться з Грузії, Молдови, Франції, Італії, Чилі та інших країн. Найбільше Україна поставила виноградних вин в Російську Федерацію, Азербайджан та Казахстан [3].

Таким чином, на сьогоднішній день великою проблемою залишається налагодження роботи компаній, які перебувають у Криму. Так, було ухвалене рішення про перенесення виробництва в інші міста, щоб продовжити роботу на материковій частині України. Найближчим часом вина ТМ «Інкерман» будуть розливатися на території Херсонської області на кон'ячному заводі «Таврія». Також переноситься виробництво вин і ТМ «Бахчисарай». Тепер винна продукція даної компанії буде розливатися на потужностях «Одесавинпрому» [1].

Крім усього іншого, українським виноробам украй не вистачає власної сировини для повноцінного виробництва й доводиться робити закупівлі за кордоном [1]. Внаслідок цього, багато українських споживачів ставляться до вітчизняного вина скептично, вважаючи, що винороби використовують у виробництві різного роду хімію, порошкові замітники або просто не якісну сировину. Такий настрій споживачів впливає на попит на українську продукцію. Тому вітчизняним виноробам варто було б переглянути свою політику позиціонування й відновити лояльність споживача [2].

Усі ці фактори впливають на ринок і момент, коли він стане зростаючим, настане не скоро. Слід очікувати, що й у найближчі три роки росту не буде.

### **Список використаних джерел**

1. Марія Бровінська Директор асоціації «Виноградарі та винороби України»: Виробництво вина досягло критичного мінімуму. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/direktor-asociacii-vinogradari-ta-vinorobi-ukraini-virobnictvo-vina-dosaglo-kriticnogo-minimumu>. – Назва з екрана.
2. Нестеренко О. С. Тенденції та перспективи розвитку виноробної галузі в Україні [Електронний ресурс] / Нестеренко О. С. – Режим доступу: [molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf](http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf). – Назва з екрана.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

### **АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ ДЛЯ ПРОДУКТІВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ**

**Є. М. Панасевич**, студентка спеціальності «Товарознавство і комерційна діяльність», група ТЖД-51м

**А. П. Кайнаш**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальність теми полягає в тому, що в Україні дуже гостро стоїть питання щодо якості та безпечності дитячого харчування. За таких умов виникає потреба в повній та достовірній інформації про якість продукції, чітких і грамотно викладених даних про відмінності та властивості різних видів дитячої продукції.

Метою роботи є аналіз законодавчої бази для продуктів дитячого харчування.

Основні вимоги до виробництва дитячого харчування наведені у ст. 9 Закону України «Про дитяче харчування» [1]. Дитяче харчування, що виробляється в Україні, підлягає державній санітарно-епідеміологічній експертизі та державній реєстрації, має відповідати обов'язковим параметрам безпечності та мінімальним специфікаціям якості, та бути етикетованим відповідно до вимог Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» [2].



Наприклад, на сьогодні в Україні чинними є такі нормативні документи, які регламентують якість і безпечність соків і нектарів. Зокрема, це ДСТУ 2074-92 «Продукти переробки овочів і фруктів. Терміни та визначення», ДСТУ 4283.1:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Терміни та визначення понять», ДСТУ 4283.2:2007 «Консерви. Соки та сокові продукти. Номенклатура та вимоги», ДСТУ 4008-2001 «Консерви. Соки фруктові, овочеві та овочево-фруктові для дитячого харчування. Технічні умови», ГСТУ 46.025-2002 «Консерви. Напої фруктові. Технічні умови», ГОСТ 29135-91 «Соки фруктові. Загальні технічні умови», ГОСТ 657-79 «Соки плодові та ягідні з цукром. Загальні технічні умови», ГОСТ 18193-72 «Соки із цитрусових плодів. Технічні умови» тощо.

Виробництво дитячого харчування здійснюється виключно на промисловій основі на спеціалізованих підприємствах, у цехах, що мають експлуатаційний дозвіл для потужностей з виробництва дитячого харчування, з дотриманням вимог, встановлених законодавством санітарних заходів, належної практики виробництва та застосування системи НАССР або аналогічних систем забезпечення безпечності та якості.

07.09.2015 року набув чинності Наказ Міністерства охорони здоров'я України № 696 «Про затвердження Гігієнічних вимог до продуктів дитячого харчування, параметрів безпечності та окремих показників їх якості» [3]. Цими Гігієнічними вимогами встановлюються вимоги до параметрів безпечності та окремих показників якості таких продуктів дитячого харчування, зокрема: дитячі суміші початкові та для подальшого годування, що пропонуються як готові до вживання або відновлені шляхом розведення відповідно до інструкцій виробника, не повинні містити залишків окремих пестицидів на рівні, що перевищує 0,01 мг/кг за деякими винятками, визначеними в додатку до Гігієнічних вимог.

Етикетування дитячого харчування здійснюється відповідно до Законів України «Про дитяче харчування» [1] та «Про безпечність та якість харчових продуктів» [2], а також Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, затвердженого наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28 жовтня 2010 року № 487, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 11 лютого 2011 року за № 183/18921.

Інформація щодо складу продуктів дитячого харчування, етикетування та реалізації повинна відповідати основним цілям і принципам Міжнародного кодексу маркетингу заміників грудного молока, прийнятого на 34 Всесвітній асамблеї охорони здоров'я, та вимогам законодавства у цій сфері. Така інформація повинна сприяти належному використанню продуктів дитячого харчування і не перешкоджати грудному вигодовуванню. На етикетці поруч із назвою продукту зазначається вік дитини, з якого дозволяється споживання цього продукту. На етикетці дитячих сумішей початкових та для подальшого годування забороняється використання написів типу «гуманізований», «адаптований до материнського молока» або інших аналогічних понять

### **Список використаних джерел**

1. Про дитяче харчування [Електронний ресурс]: Закон України: затверджений Верховною Радою України від 14.09.2006 № 142-V. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/142-16>. – Назва з екрана.
2. Про безпечність та якість харчових продуктів [Електронний ресурс]: Закон України: затверджений Верховною Радою України від 23 груд. 1997 р. №771/97. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр>. – Назва з екрана.
3. Про затвердження Гігієнічних вимог до продуктів дитячого харчування, параметрів безпечності та окремих показників їх якості [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – 2015. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1380-13>. – Назва з екрана.

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ НАПІВКОПЧЕНИХ КОВБАС РІЗНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК**

**В. А. Фисун**, студентка напряму підготовки «Біотехнологія», група БТ-31

**А. П. Кайнаш**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Напівкопчені ковбаси – один із найпопулярніших у покупців видів ковбасних виробів. Їх виробляють з добірної сировини за традиційними та інноваційними рецептурами на сучасному устаткуванні. Ковбасними виробами є продукти з м'яса, піддані механічній та хімічній обробці з додаванням деяких інших продуктів.

Тема даної роботи актуальна, тому що цей товар стабільно користується гарним попитом і сьогодні у продажу є величезний вибір ковбас, що надає можливість підібрати виріб на будь-який смак. Для того, щоб було легше орієнтуватися в умовах величезного асортименту, виробники класифікують за видом, способом обробки, складом сировини, якістю сировини, виглядом оболонки, малюнком фаршу на розрізі та призначенням. За харчовою цінністю ковбаси також нерівноцінні. Для перевірки якості ковбасних виробів проводиться їх дослідження, які встановлюють відповідність вимогам нормативних документів.

Метою роботи є визначення показників якості напівкопчених ковбас різних торговельних марок.

Об'єктами дослідження було обрано три зразки напівкопчених ковбас вітчизняних виробників: зразок № 1 – ковбаса ТМ «Глобино» виробник ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» Полтавська обл., смт. Глобино, зразок № 2 – ковбаса ТМ «Самобранка», виробник ТОВ м'ясокомбінат «Ювілейний» Дніпропетровська обл. смт. Ювілейне, зразок № 3 – ковбаса ТМ «Фуршетна» виробник ТОВ м'ясокомбінат «Ювілейний» Дніпропетровська обл. смт. Слабожанське.

Із органолептичних показників у досліджуваних зразках напівкопчених ковбасних виробів оцінювали: смак, запах, консистенцію, зовнішній вигляд, колір, вигляд фаршу на розрізі [1].

Всі зразки були схожі за всіма органолептичними показниками: зовнішній вигляд – поверхня батонів чиста, суха, без плям, злипів, пошкоджень оболонки і напливів фаршу; консистенція – пружна; колір – відповідний продукту; смак і запах – приємний, злегка гострий, в міру солоний, з вираженим ароматом прянощів і копчення, із запахом часнику, без стороннього присмаку і запаху; вигляд фаршу на розрізі – рівномірно перемішаний від рожевого до темно-червоного кольору, без сірих плям і порожнин та містить шматочки сала [2].

Дегустацію досліджуваних зразків ковбас проводили за стандартною 9-ти бальною шкалою. За результатами бальної оцінки зразок №2 (напівкопчена ковбаса ТМ «Самобранка») отримав найвищий бал – 9,0, що відповідає відмінній якості. Найнижчий бал (5 балів) отримав зразок № 3 – напівкопчена ковбаса ТМ «Фуршетна», що відповідає задовільній якості.

Також якість зразків напівкопчених ковбас обраних торгових марок досліджували за мікробіологічними показниками. З метою визначення кількості мікроорганізмів у досліджуваних

зразках, проводили підрахунки колоній, що вирости на поживних середовищах. З кожної типової колонії середовища МПА готували фіксовані препарати та фарбували їх за Грамом і з кожної типової колонії середовища СА готували препарат «роздавлена крапля» [1, 3].

У ході проведених досліджень встановлено, що кількість мікроорганізмів у зразку ТМ «Глобино» становить  $6,4 \times 10^5$ , у ковбасі ТМ «Самобранка» становить  $9,9 \times 10^5$  та у зразку ТМ «Фуршетна» становить  $3,1 \times 10^6$ , що за стандартом ДСТУ 4435:2005 [2] взагалі не допускається.

За результатами досліджень на БГКП не було виявлено патогенних мікроорганізмів у всіх зразках.

Отже, за результатами органолептичних та мікробіологічних показників усі досліджувані зразки напівкопчених ковбас не відповідають вимогам стандарту ДСТУ 4435:2005 і не можуть допускатися до роздрібної торгівлі.

### Список використаних джерел

1. Антипова Л. И. Методы исследования мяса и мясных продуктов : учеб. пособие / Л. И. Антипова, И. А. Глотова, И. А. Рогов. – Москва : Колос, 2001. – 211 с.
2. Ковбаси напівкопчені. Технічні умови: ДСТУ 4435:2005. – [Чинний від 15.07.2005]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2005. – 11 с.
3. Манжос О. Ф. Технічна мікробіологія. Робочий зошит [Електронний ресурс] : навч. завдання / О. Ф. Манжос, А. Б. Бородай. – 2009. – 74 с.

## СУЧАСНІ БІОТЕХНОЛОГІЧНІ СПОСОБИ ВИРОБНИЦТВА ДИТЯЧИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ

**А. А. Панченко**, студентка спеціальності «Біотехнологія», група БТ-41

**Л. В. Флока**, к. с-г. н., ст. викладач кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Актуальність обраної теми полягає в тому, що сьогодні відбуваються суттєві зміни в нутриціології та харчових технологіях дитячих продуктів. Це пов'язано з виникненням нового напрямку в харчовій промисловості, орієнтованого на розробку та впровадження у виробництво нових кисломолочних напоїв для дітей, виготовлених сучасними біотехнологічними способами.

Метою роботи є дослідження нових біотехнологічних способів та прийомів, що застосовуються при виробництві кисломолочних напоїв для дитячого харчування.

Технології виробництва кисломолочних продуктів для дитячого харчування, неадаптованих за хімічним складом до жіночого молока, в т. ч. кефіру, йогурту, сиру кисломолочного й виробів з нього, впроваджені сьогодні на молокопереробних підприємствах, не гарантують отримання продукції, яка не викликає у малюків алергічні реакції. Для зниження алергенного впливу на організм дітей зараз використовують у складі заквашувальних композицій для біотехнологій кисломолочних дитячих продуктів культур лактобактерій, які виробляють активні екзогенні протеази, що дозволяє максимально зменшити у ферментованих дитячих молочних продуктах кількість алергенних фракцій білків, забезпечити гіпоалергенний вплив цих продуктів на дитячий організм та підвищити засвоюваність білків при споживанні [1].

Також зараз розроблені новітні технології виробництва дитячих кисломолочних напоїв, спрямовані на: спрощення та скорочення тривалості технологічного процесу, підвищення харчової і біологічної цінності продукту, розширення діапазону профілактичних властивостей, при збереженні традиційних органолептичних показників.

Наприклад, новий спосіб отримання кисломолочного напою для дитячого харчування включає нормалізацію молочної сировини, пастеризацію, охолодження, внесення закваски, що містить 10–90 % від загального обсягу закваски молочнокислих стрептококів і лактококів і синбіотичного рідкого концентрату біфідобактерій. Виробництво здійснюється із дотриманням вимог технологічної документації. Такий спосіб дозволяє поліпшити органолептичні властивості продукту і підвищити профілактичну дію на мікрофлору кишечника за рахунок введення харчових функціональних інгредієнтів і підвищеної мікробіологічної безпекою за рахунок скорочення часу сквашування [2].

Також інноваційним є спосіб, який передбачає внесення в підготовлену молочну основу закваски ліофілізованого концентрату молочнокислих і біфідобактерій, перемішування і додавання попередньо підготовлених пастернаку і куркуми, перемішування, розфасовку в споживчу тару і сквашування в термостатній камері до утворення щільного згустку. Даний спосіб дозволяє поліпшити органолептичні, мікробіологічні та

фізико-хімічні показники продукту. Підвищити харчову цінність і вітамінно-мінеральний склад [3].

Кисломолочні продукти для дитячого харчування повинні мати невисокий рівень кислотності, тому основу заквашувальних композицій більшості з них складають змішані культури мезофільних молочнокислих лактококів [2].

Для забезпечення високих пробіотичних і антагоністичних властивостей дитячих кисломолочних продуктів до складу заквашувальних композицій слід вводити штами біфідобактерій і лактобацил з доведеними пробіотичними властивостями та, зокрема, високими антагоністичними характеристиками відносно патогенних та умовно-патогенних бактерій. Збагачення кисломолочних дитячих продуктів активними штамами пробіотиків та їх метаболітами також сприятиме подовженню терміну зберігання продуктів, особливо, якщо використовувати як заквашувальні культури бактеріальні концентрати прямого внесення [3].

### Список використаних джерел

1. Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку виробництва продуктів дитячого харчування на 2012–2016 роки. – Електрон. дан. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/870-2011-п>. – Назва з екрана.
2. Заквашувальні композиції для дитячих кисломолочних продуктів з підвищеними протеолітичними властивостями / Ткаченко Н. А., Назаренко Ю. В., Авершина А. С., Українцева Ю. С. // Восточно-Европейский журнал передових технологій. – 2014. – № 2/12 (68). – С. 66–71.
3. Biavati B. Probiotics and Bifidobacteria / Biavati B., Bottazzi V., Morelli L. – Novara (Italy) : MOFIN ALCE, 2015. – 79 p.

### ОРГАНІЧНІ КИСЛОМОЛОЧНІ ПРОДУКТИ: СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ, ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ

*М. М. Голега, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЖД м-51*

*В. О. Назаренко, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Органічна продукція – це продукція сільського господарства та харчової промисловості, виготовлена відповідно до затверджених правил (стандартів), які передбачають мінімізацію

використання пестицидів, синтетичних мінеральних добрив, регуляторів зростання, штучних харчових добавок, а також забороняють використання ГМО [1].

Ринок органічної продукції вже близько двох десятиріч є одним з найбільш динамічних ринків продовольства у світі й стає популярною альтернативою споживанню традиційних продуктів. Однак, органічне виробництво в Україні на сьогодні характеризується незначними обсягами.

Промислове виробництво органічної продукції проводиться виключно з органічної сировини, вирощеної на придатних для цього землях, або у спеціально визначених для цього зонах виробництва органічної продукції та сировини. Ідея органічного виробництва полягає у повній відмові від застосування ГМО, антибіотиків, отрутохімікатів та мінеральних добрив [2].

Результатом органічного виробництва є екологічно безпечна продукція, без невластивих харчовим продуктам хімічних елементів. Органічне землеробство та тваринництво популярні в багатьох країнах світу, в т. ч. у Європі. Ця продукція забезпечує реальну вигоду для довкілля та здоров'я людей. Саме тому ринок органічної продукції постійно зростає [3].

Компанія «Органік Мілк» стала першою на вітчизняному ринку органічної молочної продукції, що здійснює свою діяльність в рамках продуктового ланцюжка від виробництва сировини до просування на ринку продукції глибокої переробки. Основним напрямом діяльності підприємства є виробництво органічної сертифікованої молочної продукції та розвиток ринку органіки в Україні. Місце знаходження виробництва – Житомирська обл., м. Баранівка.

Лідером реалізації товарів ТОВ «Органік Мілк» в роздрібній торговельній мережі м. Полтава є супермаркет «Велмарт». Асортимент представлений молоком, кисломолочними продуктами, сирами та маслом. Найбільше реалізується кисломолочних продуктів – 46 %, та молока – 27 % (рис. 1). Частка сирів в загальному обсязі органічної продукції – 19 %, а найменше в продажу масла – 8 %.

З кисломолочних органічних продуктів реалізуються: ряжанка (29 %), сметана (17 %), кефір (19 %), йогурти (35 %). Проведене анкетування споживачів показало, що полтавці позитивно відносяться до цієї продукції, але хотіли б більше в продажу бачити йогуртів з наповнювачами, сметани жирністю 10 %, кефіру жирністю 2,5 %.



Рисунок 1 – Структура асортименту органічної молочної продукції в гіпермаркеті «Велмарт» м. Полтава

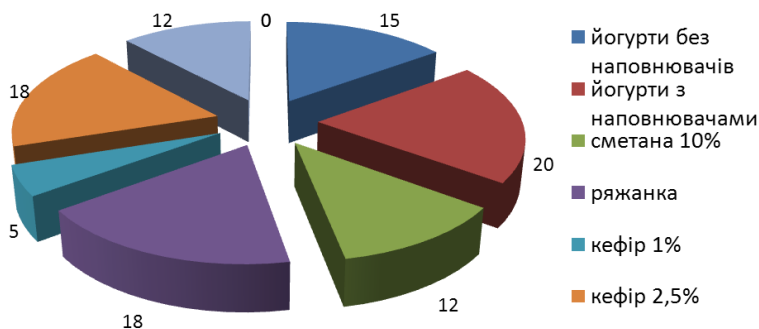


Рисунок 2 – Споживчі переваги за видами кисломолочної органічної продукції

Отже, ринок органічних кисломолочних продуктів в Україні невпинно розвивається, але на сьогодні асортимент такої продукції в роздрібній торговельній мережі недостатній. Необхідно більше продуктів з наповнювачами та різної жирності.

### Список використаних джерел

1. Органическое производство как инновационная составная развития экспортного потенциала аграрного сектора Украины / Н. А. Карасева // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 20. – С. 92–95.
2. Органічна продукція в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:



<http://filvarok.com/2012/01/orhanichna-produktsiya-v-ukrajini/>. – Назва з екрана.

3. Органічна продукція на світовому ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://econf.at.ua/organichna\\_produkci\\_jana\\_svitovo\\_muagrarnomu\\_rinku](http://econf.at.ua/organichna_produkci_jana_svitovo_muagrarnomu_rinku). – Назва з екрана.

## **ВИКОРИСТАННЯ ФЕРМЕНТІВ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ВИНА І ЇХ ВПЛИВ НА ЯКІСТЬ ГОТОВОГО ПРОДУКТУ**

**Д. Р. Страшко**, студент напряму підготовки «Біотехнологія», група БТ-41

**Н. О. Офіленко**, к. с.-г. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для інтенсифікації технологічних процесів в харчовій промисловості, в тому числі у виноробстві, широко використовуються ферментні препарати, що чинять різноманітну дію і застосування біотехнологій для удосконалення харчових продуктів набуває все більш широкого розповсюдження [1].

Ферменти довели свої переваги і цінність, і саме тому виноробні підприємства в усьому світі використовують їх для скорочення тривалості виробничого процесу, зменшення механічної роботи і виготовлення вина з найкращим букетом і смаковим профілем [2].

Метою дослідження було вивчення використання ферментних препаратів при виробництві вина і їх вплив на якість продукту.

У виробництві застосовують широкий спектр ферментних препаратів з метою прискорення технологічних процесів і поліпшення якості вина. Основні напрямки використання ферментів при виробництві вина: збільшення виходу соку і фільтрації сусла вина, освітлення і стабілізація вина від помутнінь, зниження в'язкості вина, мікробна стабілізація вина, прискорення дозрівання вин, поліпшення органолептичних і функціональних властивостей.

При отриманні вин всіх типів широке застосування мають пектолітичні ферментні препарати. При отриманні кріплених та червоних виноматеріалів ферментні препарати вносять в мезгу, при цьому підвищується загальний вихід сусла до 20 %, полегшується пресування, збільшується вміст екстрактивних речовин

і інтенсивність забарвлення, прискорюються біохімічні процеси, що протікають при дозріванні вин.

При приготуванні білих столових вин ферментні препарати вносять в сусло. Процес освітлення сусла прискорюється в 2–3 рази, кількість згушеного осаду знижується на 4–5 %.

Пектолітичні ферментні препарати можуть бути використані для оброблення важкоосвітлюваних виноматеріалів. При цьому значно скорочується витрата оклеюючих речовин, підвищується стабільність вин до помутнінь колоїдного характеру.

Ефективність використання ферментів для збільшення виходу соку і фільтрації сусла вина визначається переважно ступенем розщеплення найбільш гідрофільного полімерного компоненту винограду – пектину.

Для інтенсифікації процесу освітлення ферменти вносять в сусло перед бродінням або в процесі його ферментації з метою поліпшення органолептичних властивостей.

Для освітлення і стабілізації вина від помутнінь, а також прискорення його фільтрації використовують ферменти, які гідролізують водорозчинні й водонерозчинні комплекси біополімерів вина. Внесення ферментів збільшує ефективність завершального оброблення вина, зокрема стабілізує його колір.

Стабільність вина до помутніння підвищується в результаті сукупного оброблення ферментами мезги, сусла і вина як за рахунок зниження вмісту високомолекулярних полісахаридів, так і в наслідок гідролізу білкових сполук.

Для мікробної стабілізації вина використовують одночасно з діоксидом сірки фермент лізоцим, який розщеплює клітинні стінки лактобактерій та дає змогу зменшити кількість діоксиду.

Сусло отримане з м'язги, обробленої ферментними препаратами, утворює при бродінні значно менше піни, бродить активніше, без значного підвищення температури. При виробництві червоних столових вин тривалість бродіння на меззі, оброблені ферментами, скорочується в 2 рази.

Для поліпшення букету вина використовують спільно пектинази і глюконази. Оброблення вина ферментами сприяє підвищенню його біологічної цінності за рахунок збільшення вмісту поліфенолів, які є антиоксидантами, і таких фенольних речовин, як катехіни і антоціани.

Ці ферменти можуть використовуватися для очищення вина від шкідливих речовин, наприклад, етилкарбамату, який утво-

рюється з сечовини і при потраплянні в організм людини виявляє канцерогенні й мутагенні властивості.

Дослідження використання ферментів при виробництві вина показало, що ферментні препарати широко застосовуються у виробництві вина для поліпшення його органолептичних, функціональних, фізико-хімічних і мікробіологічних властивостей.

Надалі, у перспективі, для виробництва екологічно чистого вина доцільно створити такі форми ферментних препаратів, які будуть здатні не тільки полегшувати технологічний процес та якість, а й засвоювати й перетворювати ті забруднювачі, які передбачені агротехнічними заходами й часто потрапляють у ягоди винограду, а потім і у вино.

### **Список використаних джерел**

1. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник / Пирог Т. П. – Київ : Ліра, 2016. – 408 с.
2. <https://ranok.kanalukraina.tv/ua/episode/vsya-pravda>.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО РИНКУ ВИНОГРАДНИХ ВИН В УКРАЇНІ**

**А. О. Терещенко**, студент спеціальності «Товарознавство і комерційна діяльність», група ТЖД-51м

**А. П. Кайнаш**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Виноградарство – це апріорі дуже витратна справа. Зрозуміло, що без лояльних державних програм підтримки вивести виноградарство та виноробство на рівень успішної повноцінної галузі економіки неможливо.

Актуальність теми полягає в тому, що для України стресом стала втрата кримських компаній, які не лише вирощували виноград, а й були найбільшими виробниками вітчизняного вина: мали свої виробничі потужності, відомі торгові марки та забезпечували майже 60 % всієї готової продукції. На сьогоднішній день, декілька кримських компаній змогли частково перенести (або ж орендувати) потужності на материкову частину та відновити розлив продукції. Жодна з кримських компаній, які відновили випуск продукції на материк не змогла, поки що, повернути собі колишні позиції у рейтингу виробників [1].

Метою роботи є дослідження сучасного ринку виноградних вин в Україні.

Переважає більшість виноробних підприємств в Україні розміщені в Одесі та Одеській області – в Білгород-Дністровському, Ізмаїлі, в Закарпатській області – Ужгороді, Мукачеві, Береговому, Іршаві, в Херсонській області – Цюрупинську, Новій Каховці, Голій Пристані. Виноробні підприємства є також майже у всіх обласних і в багатьох великих промислових центрах України. На сьогоднішній день до першої п'ятірки лідерів з виробництва вина увійшли: ПАТ «Коблево», ВАТ АПФ «Таврія» (підрозділ «Першого виноробного холдингу», який розпочав випуск продукції ТМ Inkerman), ТОВ «Нива», ТОВ «Промислово-торгова компанія «Шабо», ТОВ «Фрут Мастер Фудс» (ТМ «Котнар») [2].

Нинішній стан ринку вина можна охарактеризувати як важкий. Вплив політичної й економічної ситуації в країні ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками. На українському ринку виноробства виробництво скорочується катастрофічно швидко. А воєнні дії в Східному регіоні й анексія АР Крим значно підірвали потенціал ринку.

З даних динаміки виробництва вина в Україні за 2015–2017 рр. в 2015 році спостерігається позитивна тенденція до нарощування виробництва вина до обсягів 2012 р., і становить 12,4 млн дал. [3]. Зараз вже не може бути великого зниження, адже виробництво вже перебуває на мінімальному рівні, а власне порівняння будується на зіставленні даних з найгіршим роком для виноробства України

На жаль, у зв'язку з перенесенням частини виробництва (кримські компанії) на материкові потужності, дані Держстату не можна вважати стовідсотково коректними.

Імпорт виноградних вин за період 2015–2017 рр. то збільшувався, то зменшувався. Найбільше вина завозиться з Грузії, Молдови, Франції, Італії, Чилі та інших країн. Найбільше Україна поставила виноградних вин в Російську Федерацію, Азербайджан та Казахстан [3].

Таким чином, на сьогоднішній день великою проблемою залишається налагодження роботи компаній, які перебувають у Криму. Так, було ухвалене рішення про перенесення виробництва в інші міста, щоб продовжити роботу на материковій частині України. Найближчим часом вина ТМ «Інкерман» бу-

дуть розливатися на території Херсонської області на коньячному заводі «Таврія». Також переноситься виробництво вин і ТМ «Бахчисарай». Тепер винна продукція даної компанії буде розливатися на потужностях «Одесавинпрому» [1].

Крім усього іншого, українським виноробам украй не вистачає власної сировини для повноцінного виробництва й доводиться робити закупівлі за кордоном [1]. Внаслідок цього, багато українських споживачів ставляться до вітчизняного вина скептично, вважаючи, що винороби використовують у виробництві різного роду хімію, порошоків замініників або просто не якісну сировину. Такий настрій споживачів впливає на попит на українську продукцію. Тому вітчизняним виноробам варто було б переглянути свою політику позиціонування й відновити лояльність споживача [2].

Усі ці фактори впливають на ринок і момент, коли він стане зростаючим, настане не скоро. Слід очікувати, що й у найближчі три роки росту не буде.

### Список використаних джерел

1. Марія Бровінська Директор асоціації «Виноградарі та винороби України»: Виробництво вина досягло критичного мінімуму. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/direktor-asociacii-vinogradari-ta-vinorobi-ukraini-virobnictvo-vina-dosaglo-kritichnogo-minimumu>. – Назва з екрана.
2. Нестеренко О. С. Тенденції та перспективи розвитку виноробної галузі в Україні [Електронний ресурс] / Нестеренко О. С. – Режим доступу: [molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf](http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/104.pdf).
3. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

### ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ТА МАРКУВАННЯ ПРОДУКТІВ З КАКАО І ШОКОЛАДУ

**С. О. Пипоть**, студент спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЖД-51м

**О. О. Горячова**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства продовольчих товарів – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Шоколад – один з найулюбленіших видів ласощів в усьому світі. Він покращує настрій, тонізує, підвищує увагу, допомагає

знизити рівень стресу та тримати апетит під контролем. Щоденне вживання чорного шоколаду покращує стан серцево-судинної системи та дає антиоксидантний ефект.

Вчені різних країн однакові в тому, що оптимальною кількістю для щоденного споживання є 50 грамів чорного шоколаду. Утім, в будь-якому випадку велике значення має не лише кількість, але, і в першу чергу, якість спожитого продукту.

Шоколадом називається кондитерський виріб, виготовлений на основі какао-масла. Саме масло, а не какао-порошок, як думає більшість людей, надає шоколаду аромат і смак. До складу справжнього шоколаду обов'язково повинні входити і, відповідно, бути зазначені на пакуванні, 4 основних компоненти: масло какао, какао терте, цукрова пудра, лецитин.

Шоколад, згідно класифікації ДСТУ 3924 [1] поділяється на: десертний – вищий ступінь подрібнення, смак вишуканий – гірко-солодкий, ламається з характерним дзвінким звуком; звичайний – смак солодко-гіркий; білий – виробляється без какао тертого; кондитерська плитка – разом з маслом какао до складу входять інші види жирів; солодка плитка – масла какао немає, лише жири, за смаком обидва види плиток просто солодкі.

На споживчій упаковці кожного товару обов'язково повинен бути зазначений повний склад компонентів продукту. На окремих шоколадних цукерках дрібного формату цей список не зазначають, але він є на кожній пакувальній коробці. Що ж стосується шоколадних плиток, то на них перелік інгредієнтів повинен бути присутній обов'язково. Якщо замість какао-масла до складу ласощів входять гідрогенізовані жири або рослинні олії, не сумнівайтесь: перед вами просто солодка плитка.

Крім того, при оцінці маркування необхідно звертати увагу на наявність консервантів та термін придатності (зазвичай гарантійний термін для справжніх шоколадних виробів не перевищує 3–6 місяців).

З метою гармонізації національного законодавства з нормами ЄС розроблено нові вимоги до шоколаду та шоколадних виробів [2], які передбачають зміни щодо термінології та маркування шоколадної продукції, які повинні забезпечувати безперебійне функціонування ринку і запобігати введенню споживачів в оману.

В документі прописана чітка класифікація шоколадних виробів з конкретними вимогами до кожного з них [3]. Серед них

такі шоколадні вироби, про які українці навіть не здогадуються. Наприклад, кувертюр – шоколад найвищої якості з високим вмістом какао-масла, в якому повинно бути не менше 35 % какао-продуктів і 31 % какао-масла. Або Джандо – шоколад з горіхами, який повинен містити не менше 32 % какао-продуктів і тонко нарізаний фундук, причому, щоб останнього було не менше 20 г і не більше 40 г на стандартну стограмову плитку.

Що стосується звичайного шоколаду, то в нього буде дозволено додавати до 5 % рослинних жирів, що зараз ДСТУ не допускається. І хоч 5 % – це дуже мало, і на смак вміст рослинних жирів в такій кількості не відчувається, але на споживчий вибір це може суттєво вплинути, тим паче, зважаючи на список дозволених до використання рослинних жирів (напр.пальмова олія, мангове масло, олія ши та інші).

Шоколад за європейськими нормами стане також менш жирним. Зараз какао-масла в його складі має бути 31–33 %, а за новими стандартами тільки 18 %.

Суттєві зміни прописані для категорії шоколадних цукерок: ними зможуть називатися лише вироби, в складі яких міститься не менше 25 % шоколаду. Сьогодні багато кондитерів використовують в цукерок не шоколад, а так звану шоколадну глазур. У неї входить какао-порошок і рослинний жир, а самого шоколаду немає.

Такі зміни вже набули чинності з 1 січня 2018 року, тобто нове регулювання вже діє, але для повного переходу до нових вимог виробництва і маркування встановлено період у 18 місяців. Тож, в будь-якому випадку, такі зміни покликані для того, щоб споживачі могли обирати дійсно якісний та корисний шоколад.

### **Список використаних джерел**

1. Шоколад. Загальні технічні умови. Державний стандарт України. ДСТУ 3924-200. – чинний від 01.07.2001. – Київ : Держстандарт України. – 19 с.
2. Про затвердження Вимог до продуктів з какао та шоколаду [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 13.04.2016 № 157. – Режим доступу: <https://webep-dev.ligazakon.net/document/view/re28818>. – Назва з екрана.
3. Шоколад та шоколадні вироби. Міжнародний стандарт. CODEX STAN 87-1981 : прийнятий в 1981 році, зі змінами 2016 року. – 9 с.

## РИНОК СОКІВ І СОКОВИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

**В. В. Маденяк**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОС «магістр»

**В. В. Гаврилишин**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

На протязі останніх п'яти років обсяги виробництва сокової продукції в Україні знижуються.

Згідно з даними Державної служби статистики у 2017 році в Україні було виготовлено 218,6 тис. тонн фруктових і овочевих соків, що на 10,1 % менше, ніж у 2016 р. – 243 тис. тонн.

95 % соків і сокових напоїв на прилавках у торговельній мережі – це продукція вітчизняного виробництва.

Україна входить у першу п'ятірку найбільших світових експортерів соку. Найбільше експортується яблучного соку. Обсяги експорту в чотири рази більші від обсягів імпорту, які становлять всього 5 % [1].

Головна проблема безмитного ввезення соків на територію ЄС – складність отримання сертифікату походження. Якщо це томатний чи яблучний соки, то сертифікат отримати не важко, адже всі інгредієнти для виробництва – це вітчизняна сировина. Якщо ж експортувати екзотичні серії або цитрусові соки, тоді отримання сертифікату ускладнюється.

Останні три роки обсяги зовнішніх поставок знижуються. Не в останню чергу – через невідповідність рівня якості. До прикладу, в країнах Західної Європи все більшої популярності набирають соки прямого віджиму. Натуральна продукція маркується знаком NFC, що означає not from concentrate – не з концентрату [2].

Завдяки широкому асортименту сокової продукції, що пропонують на ринку України, виробники зможуть задовольнити потребу споживачів у різних сегментах: ціновому діапазоні та якісному складі соків і сокових напоїв. Характерною рисою українського ринку соків є незначна представленість асортименту в сегменті преміум-класу.

Для того, щоб збільшити кількість споживачів, виробники сокової продукції постійно розширюють свій асортимент, експериментуючи зі складом і смаковими властивостями.



Більша частина споживачів сокової продукції проживає у містах (90 %). За результатами маркетингових досліджень, основними споживачами соку є молоді люди віком від 25 до 34 років.

Хоча соки, як продукт, споживають однаковою мірою чоловіки і жінки, проте за кількістю споживачів все ж таки переважають жінки.

Основні мотивації споживання соків серед споживачів сокової продукції розподіляються таким чином: як джерело вітамінів – 48,3 %; як натуральний продукт – 26,1 %; як смачний напій – 8,6 %; як вітчизняний продукт – 3,4 %; як напій, що втамовує спрагу – 3,0 % [3].

Споживання соків в Україні не є постійним, воно носить сезонний характер. За різними даними, в середньому кожен українець випиває 10–12 літрів соку в рік, що в чотири рази менше, ніж у Німеччині, в три рази – ніж у Франції, в два рази – ніж у Польщі та Словенії [4].

Найбільшою популярністю серед споживачів користуються нектари, які відрізняються ціною доступністю у порівнянні з соками.

Споживання соку в Україні з розрахунку на одну особу залишається досить низьким. На жаль, для більшості споживачів сік не є повсякденним продуктом і це корелюється з низьким рівнем доходів населення і, перш за все, з низькою купівельною спроможністю.

Ринок соків в Україні досить місткий, проте внаслідок високої залежності від платоспроможності населення, він працює нерівномірно. Зниження платоспроможного попиту населення дзеркально відображається на доходах компаній з виробництва сокової продукції.

### **Список використаних джерел**

1. Ринок соків, нектарів та соковмісних напоїв. Україна. 2016 рік. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: [http://www.marketing.net.ua/view\\_markets.php?num=40891](http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=40891). – Назва з екрана.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://zik.ua/news/2017/09/28/ukraina\\_hoche\\_prodavaty\\_bilshe\\_soku\\_v\\_yevropu\\_ale\\_tam\\_populyarnu\\_sik\\_pryamogo\\_1176043](https://zik.ua/news/2017/09/28/ukraina_hoche_prodavaty_bilshe_soku_v_yevropu_ale_tam_populyarnu_sik_pryamogo_1176043). – Назва з екрана.
3. Українські виробники соків переходять на випуск більш дешевої продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://volwestgroup.com/uk/news/view/306>. – Назва з екрана.

4. Виробництво і споживання соків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aitico.com/index.php>. – Назва з екрана.

## ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ВИНОГРАДНИХ VIN

**Х. Ю. Сідун**, студентка спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**М. К. Турчиняк**, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів – науковий керівник

*Львівський торговельно-економічний університет*

Виноградне вино серед усіх алкогольних напоїв займає особливе місце, що пояснюється його непростим хімічним складом. Деякі речовини переходять у вино безпосередньо з винограду, наприклад, цукор, органічні кислоти, мінеральні, дубильні, барвні, азотисті, ароматичні речовини тощо. Разом з тим багато хімічних сполук утворюються у процесі спиртового бродіння та обміну речовин у дріжджовій клітині, до яких належить етиловий спирт, гліцерин, молочна кислота, янтарна кислота. Під час витримки у напої народжуються такі речовини, як альдегіди, складні ефіри, ацеталі. Саме цей унікальний хімічний склад вина і зумовлює його бактеріцидні, жарознижуючі, тонізуючі та інші властивості.

Сучасний ринок винних виробів України пропонує широкий асортимент як вітчизняної, так і імпортованої виноробної продукції. Разом із тим, існує проблема фальсифікації вин виробниками з метою отримання швидкого надприбутку шляхом використання дешевої сировини, спрощених технологій та додавання різноманітних харчових добавок [1]. Із точки зору товарознавчої експертизи, проблемними є два аспекти: фальсифікація вітчизняних винних виробів та імпорт фальсифікованої винної продукції в Україну, що завдає шкоди національним виробникам.

Нестача виноградної сировини негативно впливає на промислові потужності. Тому винороби використовують засоби, за допомогою яких намагаються «виправити» вино, щоб сховати його недоліки і зробити придатним до вживання. З цією метою до натурального вина додають цукор, мед, сполук свинцю, гіпс, глину, молоко.

До основних видів фальсифікації виноградних вин належать:

Розведення виноградного вина малоцінними продуктами (дешевим плодово-ягідним вином і ін) для збільшення його обсягу.

Як правило, такі вина «виправляють» внесенням різних хімічних компонентів (спирту, цукрозамінників; штучних барвників та ін.) Це найбільш поширений спосіб фальсифікації як у виробництві виноматеріалів, так і при реалізації.

Галлізація вина. Цей спосіб фальсифікації полягає в тому, що у вино додається вода з наступним доведенням міцності і кислотності до визначених меж, які регламентуються чинним стандартом.

Шапталізація вина. Цей вид фальсифікації передусім полягає в додаванні цукру до чи під час шумування.

Петіотізація вина. Вина одержують шляхом настоювання і шумування цукрового сиропу на вичавках (меззі), що залишилися після відділення виноградного соку. Це вельми витончений спосіб фальсифікації, тому що букет і колір натурального виноградного вина зберігаються.

Шеелізація або додавання гліцерину для зменшення кислотності, гіркості, збільшення солодкості виноградних вин, а також переривання процесу бродіння.

Застосування консервантів для консервації дешевих вин, а також вин, які не пройшли стадії витримки і зберігання.

Фарбування вина. Як правило, застосовується для приховування інших підробок (наприклад, розведення). Для фарбування вин використовуються природні (ягоди бузини, чорниці, водяний буряковий настій і ін) і синтетичні барвники.

Підробка букета вина. Так само, як і фарбування, підробка букету використовується в комплексі з іншими видами фальсифікації.

Фальсифікація способу виробництва. За високоякісні видаються вина, виготовлені з порушенням технологічної схеми, розробленої і затвердженої для даного найменування вина. Наприклад: за сортові видаються вина купажні; фальсифікується термін витримки вина і т. д.

Приготування «штучних вин». Для виробництва таких вин не потрібно виноградний сік, тому що вони являють собою суміш компонентів, органолептично сприйману як виноградне вино.

Тому одним з найважливішим завдань сучасного українського виноробства є поліпшення споживних властивостей вина, а також чіткий контроль за дотриманням якості. Для досягнення мети необхідно використовувати найновітніші технології та вкладати великі кошти у дослідження та розробку нових засобів покращення якості.

### Список використаних джерел

1. Лазнюк І. Грона проблем, або Як зарадити виноградній галузі [Електронний ресурс] / І. Лазнюк. – Пропозиція, 2015. – № 7. – Режим доступу: <http://propozitsiya.com/> – Назва з екрана.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.goodsmatrix.ru/articles/Falsifikacija-vina-na-rynke-Rossii.html>. – Назва з екрана.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПОЛІПШЕННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ШОКОЛАДУ

**С. С. Біленький**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОС «магістр»

**В. Т. Лебединець**, науковий керівник, доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів, к.т.н. Львівський торговельно-економічний університет

На даний час шоколад – це один із найбільш розповсюджених кондитерських виробів, оскільки містить велику кількість інгредієнтів, які покращують настрій та надають енергії організму. Він цінний жирами, білками, вуглеводами, дубильними речовинами, алкалоїдами кофеїном і теоброміном. Виготовляють його на основі какао продуктів. Плоди какао містять в середньому 35–50 % жиру, що називається какао маслом або теоброміновим маслом, 1–4 % теоброміну, 0,2–0,5 % кофеїну, таніни і інші речовини.

У шоколадні вироби часто додають такі добавки як ізюм, горіхи, вафлі, цукати, смакоароматичні добавки (каву, спирт, коньяк, ванілін, перець) або начинки. Розроблено рецептури і технологію виготовлення шоколаду з добавками натуральної смаженої кави вищого сорту Арабіка із середнім обсмажуванням та кориці меленої «Galeo» [1].

Вченими запропоновано бавовняний пальмітин як цінну сировину для отримання замітника какао масла. Наведені дані про те, що замітник какао масла, отриманий на основі пальмітину, виділеного із бавовняної олії з добавкою 11 % переетерифікату, за своїми фізико-хімічними показниками більш наближений до показників натурального какао масла, чим отриманий із пальмітину, виділеного відомим способом [2].

Запатентовано рецептурний склад для приготування шоколаду, у який входить какао терте, какао масло, лецитин, пудра цукрова, ароматизатор ванільно-вершковий, ароматизатор «шоколад» і сухий екстракт ламінарії. Компоненти шоколаду використовують у наступному співвідношенні, %: какао терте 35,4–35,86; какао

масло 14,94–15,52; сухий екстракт ламінарії 0,95–1; лецитин 0,38–0,41; ароматизатор ванільно-вершковий 0,05–0,06, ароматизатор «шоколад» 0,02–0,03; пудра цукрова інше. Винахід дозволяє отримати шоколад з характерним для шоколаду смаком, при споживанні якого відчуються хрусткі добавки сухого екстракту ламінарії, але відсутній специфічний запах водоростей. Розроблений шоколад має підвищену біологічну цінність завдяки високому вмісту йоду [3].

Запропонований спосіб отримання шоколадоподібного продукту, при якому какао-боби подрібнюються і переробляються до готового продукту, при чому маса какао-бобів, подрібнена при температурі 20 °С без відділення від какао масла, змішується із подрібненими висушеними солодкими фруктами і відпресовується до кінцевого продукту.

Запатентовано шоколадну композицію з пониженою калорійністю, яка містить шоколадний компонент, отриманий на основі какао-продуктів або їх замінників з додаванням харчових добавок і харчового волокна із рослинних інгредієнтів. Використовують рослинні інгредієнти низької вологості в кількості від 1 до 50 мас.%, подрібнені до розміру частинок від 0,06 до 1,0 мм. Спосіб включає отримання шоколадної маси, нагрівання отриманої шоколадної маси і її темперування. У подальшому проводять подрібнення харчових волокон рослинного інгредієнту, додавання їх в отриману шоколадну масу, перемішування суміші до отримання однорідної маси шоколадної композиції з рівномірним розподіленням частин рослинного інгредієнту. Після чого проводять формування і застигання отриманої шоколадної композиції. Винахід направлено на отримання шоколадного продукту з покращеними смаковими властивостями відкушування і розжовування, стійкістю до підвищених температур зберігання і до посивіння внаслідок коливання температур [4].

Таким чином, використання нетрадиційної сировини сприяє поліпшенню споживних властивостей шоколаду, а також розширенню їх асортименту.

### **Список використаних джерел**

1. Васильева О. Г. Разработка рецептур и технологии изготовления шоколада с добавками кофе и корицы / О. Г. Васильева // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2017. – № 8. – С. 9–10.

2. Бафаева Г. Н. Хлопковий пальмитин – ценное сырье для получения заменителя масла какао / Г. Н. Бафаева // Масложировая промышленность. – 2012. – № 1. – С. 29–30.
3. Патент 2465777 Россия, МПК А 23G 1/30 (2006.01). Состав для приготовления шоколада / Приморский кондитер, Гордиян А. В., Андреева Н. Г., Филонова Н. И., Шлыкова Н. Ф., Ваймугин П. Е. № 2010148988/13; Заявл. 30.11.2010. Оpubл. 10.11.2012.
4. Патент 2462040 Россия, МПК А 23G 1/30 (2006.01), А 23G 1/48 (2006.01). Шоколадная композиция с пониженной калорийностью и способ ее получения (варианты) / Эльдарханов Т. А., Эльдарханова И. Б. № 2010103638/13; Заявл. 04.02.2010. Оpubл. 27.09.2012.

## МАЙОНЕЗ ПІДВИЩЕНОЇ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ

**Ю. Б. Стець**, магістр спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група 17-0434-307

**О. Я. Давидович**, науковий керівник, доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів, к. т. н.

*Львівський торговельно-економічний університет*

За останні кілька років різко змінилось відношення населення до повсякденного харчування та його значення. Споживачі все більше цікавляться впливом різних харчових продуктів і їх компонентів на стан здоров'я, що стало причиною виникнення нових концепцій в галузі харчування, направлених на поліпшення стану здоров'я людей шляхом створення нових харчових продуктів, які позитивно впливають на функції людського організму.

Майонез є одним з найбільш популярних продуктів олієжирового комплексу України. Для того, щоб задовольнити постійно зростаючі потреби населення щодо асортименту, енергетичної цінності, органолептичних показників, строків зберігання, наявності біологічно-активних добавок і т. ін. виробники майонезу постійно удосконалюють його технологію. Одним із перспективних напрямків є розроблення майонезу та емульсій на основі суміші рослинних олій.

Розроблено рецептуру майонезу з додаванням кунжутної та соєвої олій. Кунжутна олія характеризується тим, що в її складі приблизно однакове співвідношення лінолевої та олеїнової кислот (38–44 %). Також, рецептура майонезу передбачає використання фосфоліпідів для заміни яєчного порошку. Такий майонез є нешкідливим для людей літнього віку, оскільки не містить холестерину [1].

Запатентовано майонез середньокалорійний, в якому замість олії використовують суміш із рафінованої дезодорованої соняшникової олії або кукурудзяної та збагаченої селеном нерафінованої лляної олії з додаванням знежиреного соєвого борошна. Вміст органічного селену складає 1,2 мкг/г, що при споживанні 30 г продукту дозволяє задовольнити 50 % добової потреби в селені. Майонез має збалансований жирнокислотний склад, понижений вміст холестерину, збільшену в'язкість і подовжений термін зберігання [2].

Для майонезів 25 %-ної жирності запропоновано використовувати пальмову олію «Carotino Олеїн». Внесення олій та жирів «Carotino» дозволяє вирішити ряд технологічних проблем і збагатити майонез жиророзчинними вітамінами, природними антиоксидантами, покращити колір продукту [3].

Запатентовано рецептуру емульсії, яка виготовляється із суміші олій соняшnikової рафінованої дезодорованої та оливкової Extra virgin, гірничного ароматизатора натурального, лимонної кислоти та суміші ксантанової і гуарової камедей, яєчних продуктів, солі, цукру [4].

Розроблено рецептуру столового висококалорійного майонезу на основі купажованої рослинної олії, що збагачена есенціальними складовими, такими як незамінні поліненасичені  $\omega$ -3 жирні кислоти (ПНЖК) і  $\beta$ -каротин. Дана купажована олія не тільки має збалансований склад ПНЖК, збагачена  $\beta$ -каротином, має поліпшені смакові якості, але й є стійкою до окиснювального псування за рахунок природних антиоксидантів [5].

Для збалансування жирнокислотного складу майонезного соусу запропоновано використовувати оливкову та кокосову олії для створення жирової основи, для формування заданої консистенції – введення желатину, а для збагачення продукту функціональними інгредієнтами – спіруліну [6].

Отже, сучасним перспективним напрямком розширення асортименту та поліпшення споживних властивостей майонезу є підвищення його біологічної цінності шляхом використання суміші рослинних олій.

### **Список використаних джерел**

1. Пешук І. В. Нові майонези з оптимізованим рецептурним складом / І. В. Пешук, І. Г. Радзівська // Продукты & ингредиенты. – 2012. – № 2. – С. 50–53.

2. Табакаева О. В. Новые виды растительных масел как источники полиненасыщенных жирных кислот и селена / О. В. Табакаева // Масложировая промышленность. – 2010. – № 6. – С. 26–27.
3. Елисеева Н. Е. Перспективы использования «Carotino» в масложировых продуктах / Н. Е. Елисеева, А. П. Нечаев, А. Н. Макеева // Масложировая промышленность. – 2011. – № 1. – С. 25–27.
4. Пат. 2462883 Россия, МПК А 23 L 1/24 (2006.01). Пищевой эмульсионный продукт / Самаренкин Д. А.; заявитель и патентообладатель Каз. жир. комб. – № 2010129701/13; Заявл. 15.07.2010; Опубл. 10.10.2012.
5. Белінська А. П. Використання купажованих олій функціональних призначення у технології майонезів / А. П. Белінська, В. В. Анан'єва, О. І. Байбак // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті: Матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів (Київ, 10–11 квітня 2014 р.). – Київ : НУХТ, 2014 р. – Ч. 1. – С. 523–524.
6. Баєв І. С. Соус майонезний підвищеної біологічної цінності, збалансований за жирнокислотним складом / І. С. Баєв, С. І. Усатюк // Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти харчової промисловості : матеріали міжнародної наукової конференції (Київ, 13–17 жовтня 2014 р.). – Київ : НУХТ, 2014. – С. 48.

## **ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ**

**М. Д. Валюх**, студентка 3 курсу БТФ спеціальності 181 «Харчові технології»

**К. Є. Похіл**, 3 курсу БТФ спеціальності 181 «Харчові технології»

**Н. В. Новікова**, науковий керівник, к. с.-г. н., асистент кафедри інженерії харчового виробництва

*Державний вищий навчальний заклад «Херсонський державний аграрний університет»*

Якість та безпека м'яса і м'ясних продуктів являється найбільш актуальною в м'ясній галузі [1].

Важливими нормативними документами у сфері управління якістю продукції є серія стандартів ISO 9000, то їх розроблено для сприяння організаціям, незалежно від їх типу та чисельності працівників, у впровадженні та забезпеченні функціонування ефективних систем управління якістю.

ISO 9000 описує основні положення систем управління якістю і визначає термінологію для систем управління якістю.



ISO 9001 установлює вимоги до системи управління якістю, якщо організація потребує продемонструвати свою спроможність поставляти продукцію, що відповідає вимогам замовників і застосовних регламентів, а також прагне до підвищення задоволеності замовників

ISO 9004 містить настанови щодо результативності та ефективності системи управління якістю. Метою цього стандарту є поліпшення показників діяльності організації, а також задоволення замовників та інших зацікавлених сторін [2].

ISO 19011 містить рекомендації щодо здійснення аудиту систем управління якістю і систем управління навколишнім середовищем.

На сьогоднішній день вітчизняні виробники м'ясних консервів для забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому ринку та для виходу на міжнародний ринок повинні забезпечувати не тільки якість та безпеку продукції, але й надати переконливі докази цього, вміти продемонструвати наявність та виконання процедур моніторингу направлених на попередження небезпек. Цим вимогам в повній мірі відповідає система НАССР.

Система НАССР є міжнародно-визнаною в країнах ЄС, в США, Канаді, Японії та інших високорозвинених країнах і є обов'язковою для застосування. Система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) – це система аналізу всіх небезпек, які можуть мати місце при виробництві продукції на конкретному підприємстві та здійснення постійного контролю у визначених критичних точках контролю. Ця система гарантує виробництво безпечних продуктів для споживача. Крім того, система НАССР дозволяє здійснювати самоконтроль виробником, тим самим спрощуючи процедуру зовнішнього контролю.

Ці принципи розкривають загальні механізми забезпечення населення якісними та безпечними продуктами харчування. Головна функція в цьому процесі належить державі, яка регламентує загальні підходи та вимоги щодо забезпечення гарантій для споживачів в якості та безпеці їхнього харчування. Все це визначено в Законі України «Про якість та безпечність продовольчої сировини та харчових продуктів» [3]. Цим Законом визначені державні функції та механізми регулювання процесу забезпечення якості та безпеки харчової продукції.

Впровадження обох систем управління безпекою та якістю на виробництві, дає можливість визначити відповідальність виробника за виконання умов забезпечення якості продукції. Споживач може бути впевнений у відсутності вад і незмінності технічних характеристик протягом всього терміну виробництва даного виробу.

### Список використаних джерел

1. Бубела Т.З. Безпечність та якість харчової продукції / Т.З. Бубела, О.В. Воробець // Матеріали VII Міжнародної конференції «Стратегія якості в промисловості та освіті», 03 лютого – 10 лютого 2011р., г. Варна, Болгарія. – Т. 2. – С. 31–33.
2. Системи управління якістю. Основні положення та словник ДСТУ ISO 9000 [Чиний від 2007 – 03-02]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2001 – 10 с. (Національний стандарт України).
3. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів»: прийнятий 23 груд. 1997 року, № 771/97 – ВР // Голос України. – 1997. – № 3, 03 лют. – С. 13.

### РИНОК СОКІВ І СОКОВИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

**В. В. Маденяк**, студент спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ОС «магістр»

**В. В. Гаврилишин**, науковий керівник, доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів, к. т. н.

*Львівський торговельно-економічний університет*

На протязі останніх п'яти років обсяги виробництва сокової продукції в Україні знижуються.

Згідно з даними Державної служби статистики у 2017 році в Україні було виготовлено 218,6 тис. тонн фруктових і овочевих соків, що на 10,1% менше, ніж у 2016 р. – 243 тис. тонн.

95 % соків і сокових напоїв на прилавках у торговельній мережі – це продукція вітчизняного виробництва.

Україна входить у першу п'ятірку найбільших світових експортерів соку. Найбільше експортується яблучного соку. Обсяги експорту в чотири рази більші від обсягів імпорту, які становлять всього 5 % [1].

Головна проблема безмитного ввезення соків на територію ЄС – складність отримання сертифікату походження. Якщо це томатний чи яблучний соки, то сертифікат отримати не важко,

адже всі інгредієнти для виробництва – це вітчизняна сировина. Якщо ж експортувати екзотичні серії або цитрусові соки, тоді отримання сертифікату ускладнюється.

Останні три роки обсяги зовнішніх поставок знижуються. Не в останню чергу – через невідповідність рівня якості. До прикладу, в країнах Західної Європи все більшої популярності набирають соки прямого віджиму. Натуральна продукція маркується знаком NFC, що означає not from concentrate – не з концентрату [2].

Завдяки широкому асортименту сокової продукції, що пропонують на ринку України, виробники зможуть задовольнити потребу споживачів у різних сегментах: ціновому діапазоні та якісному складі соків і сокових напоїв. Характерною рисою українського ринку соків є незначна представленість асортименту в сегменті преміум-класу.

Для того, щоб збільшити кількість споживачів, виробники сокової продукції постійно розширюють свій асортимент, експериментуючи зі складом і смаковими властивостями.

Більша частина споживачів сокової продукції проживає у містах (90 %). За результатами маркетингових досліджень, основними споживачами соку є молоді люди віком від 25 до 34 років.

Хоча соки, як продукт, споживають однаковою мірою чоловіки і жінки, проте за кількістю споживачів все ж таки переважають жінки.

Основні мотивації споживання соків серед споживачів сокової продукції розподіляються таким чином: як джерело вітамінів – 48,3 %; як натуральний продукт – 26,1 %; як смачний напій – 8,6 %; як вітчизняний продукт – 3,4 %; як напій, що втамовує спрагу – 3,0 % [3].

Споживання соків в Україні не є постійним, воно носить сезонний характер. За різними даними, в середньому кожний українець випиває 10–12 літрів соку в рік, що в чотири рази менше, ніж у Німеччині, в три рази – ніж у Франції, в два рази – ніж у Польщі та Словенії [4].

Найбільшою популярністю серед споживачів користуються нектари, які відрізняються ціною доступністю у порівнянні з соками.

Споживання соку в Україні з розрахунку на одну особу залишається досить низьким. На жаль, для більшості споживачів

сік не є повсякденним продуктом і це корелюється з низьким рівнем доходів населення і, перш за все, з низькою купівельною спроможністю.

Ринок соків в Україні досить місткий, проте внаслідок високої залежності від платоспроможності населення, він працює нерівномірно. Зниження платоспроможного попиту населення дзеркально відображається на доходах компаній з виробництва сокової продукції.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Ринок соків, нектарів та соковмісних напоїв. Україна. 2016 рік. [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: [http://www.marketing.net.ua/view\\_markets.php?num=40891](http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=40891). – Назва з екрана.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://zik.ua/news/2017/09/28/ukraina\\_hoche\\_prodavaty\\_bilshe\\_soku\\_v\\_yevropu\\_ale\\_tam\\_populyarnyy\\_sik\\_pryamogo\\_1176043](https://zik.ua/news/2017/09/28/ukraina_hoche_prodavaty_bilshe_soku_v_yevropu_ale_tam_populyarnyy_sik_pryamogo_1176043)
3. Українські виробники соків переходять на випуск більш дешевої продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://volwestgroup.com/uk/news/view/306>. – Назва з екрана.
4. Виробництво і споживання соків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aitico.com/index.php>. – Назва з екрана.

## **СЕКЦІЯ 22. ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ**

### **АНАЛІЗ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПОЛТАВЩИНИ**

*А. Р. Вільхова, А. І. Криворучко, студенти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», група ТЕМС-11*

*З. М. Гайворонська, науковий керівник, доцент кафедри загальноінженерних дисциплін, к. т. н.*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

З кожним роком людство все частіше відчуває загострення екологічних проблем на нашій такій невеличкій планеті Земля: погіршується стан та якість атмосферного повітря, зменшується кількість питної води, забруднюються водойми, особливо поверхневі, зникають родючі землі. Всі ці фактори не можуть не впливати на людину і, відповідно, збільшується захворюваність населення, погіршуються умови його існування. Метою роботи було провести на підставі статистичних даних аналіз екологічного стану Полтавщини та запропонувати низку заходів щодо покращення навколишнього середовища регіону.

Стан навколишнього середовища Полтавщини оцінювався за показниками атмосферного повітря, водойм, ґрунтів у 2016 та 2017 роках. Відповідно до статистичних даних у 2016 р. від стаціонарних джерел забруднення у повітря надійшло 56,216 тис. т забруднюючих речовин (без урахування викидів діоксиду вуглецю), що на 1,1 % більше, ніж у 2015 році [1]. Спостерігається значне збільшення у викидах металів та їх сполук (на 67,2 %), діоксиду та інших сполук сірки (на 76,5 %), хлору та сполук хлору (у двічі) та неметанових летких органічних сполук (на 7,9 %). По всіх інших основних забруднюючих речовинах відбулося зменшення. Обсяги викидів шкідливих речовин у розрахунку на одну особу області становили 39,23 кг (менше ніж середній показник в Україні в 1,85 разів) [1].

У 2016 році із природних водних об'єктів Полтавщини забрано 117,5 млн м<sup>3</sup>, що менше ніж у попередньому році на 3,2 %, в тому числі на 3,3 % менше з підземних водних об'єктів [1]. Між тим, маса забруднюючих речовин, скинутих за рік у поверхневі водні об'єкти, становила 33,46 тис. т, що на 10,8 % більше ніж у 2015 році.

Загрозу для навколишнього середовища створюють заборонені до використання, непридатні та змішані агрохімікати. За даними Управління цивільного захисту населення Полтавської облдержадміністрації, станом на 01.01.2017 року, на території області залишається 160 тон отрутохімікатів [1].

Стан довкілля впливає і на рівень первинної захворюваності серед всього населення, який зріс з 5 496,3 осіб у 2015 р. до 5 825,4 осіб у 2016 р. на 10 тис. нас. або на (+6,0 %), але нижче показника по Україні. Поширеність хвороб зросла з 18 247,0 осіб у 2015 р. до 18 456,0 осіб у 2016 р. на 10 тис. нас. (+1,1 %) (Україна 2016 р. – 17 269,3 на 10 тис. нас.) [1].

Відмічені тенденції до зміни клімату, що досить небезпечно. Порівняно з нормою 1961–1990 рр., минулорічна середня річна температура повітря вища норми на +1,4°, а порівняно з середніми температурами повітря за період 1981–2010 рр. на +0,8°.

Аналіз проведеного аналізу показав, що стан навколишнього середовища Полтавщини має показники нижчі за середні по Україні, між тим є тенденція до погіршення. З метою призупинення цих негативних явищ, на нашу думку, необхідно на регіональному рівні:

- активно змінювати екологічну свідомість населення за допомогою освіти, преси, телебачення, кіно, природоохоронних товариств та інше;
- розробити відповідальними компетентними організаціями чи колективами науково обґрунтовані комплексні програми з охорони природи на базі моніторингових екологічних даних регіону;
- створити економічні стимули для проведення екологічних заходів, як це ефективно практикується на Заході (заохочення комплексного використання сировини, відходів, вторинної сировини, переходу на мало відхідні та безвідхідні технології);
- збільшити витрати на охорону природи та прискорити темпи будівництва природоохоронних об'єктів, пристроїв, устаткування;
- розробити регіональну програму по сортуванню та переробці твердих побутових відходів;
- активно замінювати традиційні джерела енергії на альтернативні;
- переглянути розміри штрафів і характер покарань за екологічні злочини відповідно до європейських норм;

- в межах університетської спільноти;
- постійно проводити роз'яснювальну роботу з питань раціонального використання води, енергоресурсів, тощо, дбайливого ставлення до природи в цілому;
- запровадити на території університету та гуртожитків сортування побутових відходів, які можна переробляти;
- проводити акції з прибирання територій, насадження дерев.

### **Список використаних джерел**

1. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Полтавській області у 2016 році. Полтавська обласна державна адміністрація, Департамент екології та природних ресурсів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://menr.gov.ua/files/docs/Reg.report/Полтавска\\_регіон%20доп\\_2016.pdf](https://menr.gov.ua/files/docs/Reg.report/Полтавска_регіон%20доп_2016.pdf). – Назва з екрана.

### **РЕШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ И СТРОИТЕЛЬСТВЕ МНОГОЭТАЖНОГО ПАРКИНГА НА ТЕРРИТОРИИ ЕВРАЗИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Л.Н. ГУМИЛЕВА, АСТАНА, КАЗАХСТАН**

*К. К. Нурсеит, О. Х. Кайыргелды, студенты 3 курса обучения, направления подготовки «Организация перевозок, движения и эксплуатация транспорта»,*

*Н. Е. Ибраев, научный руководитель, магистр наук, ст. преподаватель кафедры «Организация перевозок, движения и эксплуатация транспорта».*

*Высшее учебное заведение Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, город Астана, Республика Казахстан*

Парк автомобилей в городе Астана растет стремительными темпами. Сегодня он составляет 450 тыс. единиц, а к 2020 году достигнет 650 тыс. единиц, из них 70 % частных автомобилей. Возможность полноценного использования автомобилей во многом зависит не только от организации их движения и технического обслуживания, но и от условий постоянного или временного хранения. Даже в самых благоприятных условиях при развитой сети дорог автомобиль находится в движении 300 ÷ 400 часов в год, т. е. в среднем примерно 1 час в сутки, а на различных стоянках – около 23 часов. В настоящее время только 50 000 ав-

томобилей обеспечены местами паркования, из них менее 10 % хранятся в условиях, отвечающих современным международным требованиям. По самым осторожным прогнозам дефицит гаражей – стоянок сохранится в ближайшие 5–6 лет.

Что такое паркинг? Паркинг – это многоэтажная автостоянка, позволяющая рационально использовать территорию и учитывать экологическую обстановку местности.

На территории Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева находится открытая автостоянка общей площадью 6 000 м<sup>2</sup> (кв. метров). Что позволяет одновременно парковать до 450 автомобилей. Не плохой показатель, но, при контингенте в 17 тысяч студентов и профессорско-преподавательского состава этот показатель не достаточен. В свою очередь открытая стоянка эксплуатируется лишь в дневное время суток, с 9-00 до 16-00 часов. Так же, стоянкой пользуются авто-владельцы во время проведения различных спортивных мероприятий в спортивном комплексе «Казахстан».



Рисунок 1 – открытая стоянка на территории ЕНУ им. Л. Н. Гумилева

Автовладельцы близлежащих жилых домов хранят автомобили под открытым небом в дворовых условиях, тем самым заставляя места для прогулок жителей этих домов.

Предлагаемый проект строительства многоэтажного паркинга на территории стоянки университета решает следующие проблемные вопросы:

- Борьба со стихийными стоянками;
- Освобождение дворов и обочины дорог;
- Охрана окружающей среды от выхлопных газов;



- Удобное для будущего владельца места хранение авто-транспортных средств;
- Возможность осуществления несложного ремонта и косметической мойки автомобиля;
- Улучшение экологического состояния окружающей среды;
- Освобождение территории для строительства социальных объектов.

Многоуровневый паркинг автономен, электроэнергия для энергосберегающего светодиодного освещения этажей паркинга получается с помощью установки на крыше солнечных панелей. Для отопления устанавливается котел долгого горения, работающий на отработанном моторном масле.

Для удобства автовладельцев в паркинге предусматривается авто мойка, пункт замены масел, компьютерная диагностика, компьютерная установка схождения колес автомобилей, мелкий ремонт ходовой части автомобилей.

Так же предусматривается надземный (подземный) пешеходный переход через улицу К. Сатпаева в спортивный комплекс «Казахстан». Было проведено анкетирование жильцов близлежащих районов и студентов ЕНУ им. Л. Н. Гумилева, все результаты сведены в диаграммы.



Рисунок 2 – Результаты анкетирования



Рисунок 3 – Многоуровневый паркинг

### Список использованных источников

1. Хадсон К. Л. Организация и управление предприятиями / К. Л. Хадсон. – Москва : Инфра-М, 2006. – 427 с.
2. Малахова А. Н. Многоэтажные стоянки легковых автомобилей закрытого типа в стесненных условиях городской застройки. Сб. прикладных научно-технических работ областного факультета ПГС / А. Н. Малахова, Я. З. Пастухова, О. Н. Удалова. – Москва : МГСУ, 2000, С. 172–178.
3. Гранев В. В. Опыт проектирования и строительства гаражей-стоянок / В. В. Гранев, Т. П. Лунева, М. А. Кайгородов // Промышленное и гражданское строительство, № 2, 2000. – С. 22–24.
4. Гаражи-стоянки для легковых автомобилей, принадлежащих гражданам. Пособие по проектированию (ОАОЦНИИПромзданий). – Москва, 1998. – 118 с.
5. Анохин В. П. Стратегические инновации в бизнес-планировании / В. П. Анохин // Экономика и жизнь, 2006. – № 8. – С. 92.

## **СЕКЦІЯ 23. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

---

### **ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У М. ЛЬВОВІ**

*І. Ю. Гаверилко, магістр спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»*

*Л. І. Гіряк, науковий керівник, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, к. т. н.*

*Львівський торговельно-економічний університет*

Відслідковуючи сучасні тенденції розвитку готельно-туристичної галузі м. Львова та пріоритетні напрями функціонування її у майбутньому, слід зазначити, що найбільш втілюваними на сьогодні для м. Львова є: запровадження кейтерингової форми обслуговування, розвиток індустрії конференц-послуг та впровадження систем енергетичного менеджменту [1].

Львів перше місто в Україні, яке одним із пріоритетних напрямів розвитку до 2020 року обрало ділову гостинність. Тож основна мета на сьогодні – розвивати конференц-індустрію та сприяти пізнаваності міста на міжнародній арені. 25 січня 2018 р. на сесії Львівської міської ради було затверджено Програму розвитку індустрії ділової гостинності на 2018–2020 роки. Метою програми є вихід Львова на глобальний ринок конференц-індустрії, збільшення кількості міжнародних заходів ділової гостинності, що проводяться у місті, поліпшення туристичної інфраструктури та якості конференц-послуг, а також активне позиціонування Львова як нового напрямку для заходів сфери у Східній Європі [2].

За даними офіційного туристичного сайту міста торік у Львові відбулося близько 400 конференцій, із яких 74 – міжнародного рівня. Таким чином, загалом упродовж року місто відвідало майже 70 тисяч конференц-делегатів. Це, своєю чергою, здійснило важливий внесок в економіку Львова, адже середньостатистичний відвідувач конференції за час перебування в місті витрачає втричі більше коштів, ніж відпочинковий турист. Окрім цього, сфера допомагає вирівняти сезонність у відвідуванні міста, притаманну відпочинковому туризму.

Діловий туризм вважається вигідним бізнесом через те, що ділові туристи витрачають більше коштів (аж на 32 %), ніж звичайні туристи на сувеніри і розваги, адже основні витрати (переліт, проживання, харчування) бере на себе компанія-організатор, і довше перебувають у місті (прибувають напередодні заходу, від'їздять на день пізніше або, якщо місто сподобалося, залишаються вже за свій кошт). Ділові туристи забезпечують цілорічну активність туристичному бізнесу на противагу традиційним сезонним відвідинам інших категорій мандрівників. Якщо Львів звичайні туристи найбільше відвідують на Різдво, Великдень і під час літніх фестивалів, то бізнес-події, як правило, відбуваються у листопаді, лютому, березні. Отож, у сфері туризму створюються постійні робочі місця та залучається додатковий сегмент кваліфікованих спеціалістів – перекладачі, топ-менеджери.

Одним з найпопулярніших різновидів ділового туризму вважається проведення науково-практичних конференцій, які доносять експертні думки. Такий варіант проведення наукової зустрічі дає так званий мультиплікаційний ефект і є набагато дешевшим, аніж поїздка багатьох працівників компанії в інше місто або за кордон. Найчастіше конференції відбуваються за такими напрямками, як медицина, технології, наукові дослідження, і у всіх трьох Львів має великий потенціал та необхідні ресурси: сучасний аеропорт у межах міста, близькість до європейського кордону (всього 60 км), 78 сучасних конференц-залів, готелів та креативних ресторанів, а також розвинену туристичну інфраструктуру. Створення у готелі ділового центру та відкриття конференц-залу не вимагає значних капіталовкладень, особливо за умови наявності приміщення (наприклад, банкетного залу). Нами було встановлено, що в середньому окупність витрат на придбання необхідного для конференц-залу устаткування відбудеться уже за півроку, в майбутньому нововведення дозволить підвищити прибутки підприємства розміщення мінімум на 3,8–4,5 %.

Останні роки у місті набирає затребуваності послуга організації харчування на виїзних локаціях (за місце відпочинку, роботи і т. д.) [3]. Зростання ділової активності, прихід іноземних компаній-інвесторів спричинили зростання попиту на послуги кейтерингових компаній. За умови організації надання цього виду послуг на базі стаціонарного закладу ресторанного госпо-

дарства орієнтовна рентабельність такого виду діяльності становитиме 25–32 %. Отже, за умови належної організації і кваліфікованого підходу, це безперечно достатньо прибутковий вид діяльності.

У результаті, запровадження перспективних, затребуваних та економічно доцільних послуг не лише дозволяє залучати нових споживачів, а й сприяє підвищенню ефективності роботи підприємств гостинності.

### **Список використаних джерел**

1. Дедишина Л. Наукові конференції варто проводити у Львові / Л. Дедишина // Фармацевт Практик. – 2014. – № 12. – С. 12–14.
2. Щепанська М. Львів отримав нову програму розвитку конференц-індустрії [Електронний ресурс] / М. Щепанська ; Львівська міська рада. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/news/tourism/245540>. – Назва з екрана.
3. Эрдош Дж. Кейтеринг: как начать и успешно вести выездной ресторанный бизнес / Дж. Эрдош ; пер. с англ. И. Степановой. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 237 с.

### **ПОКРАЩЕННЯ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ В РЕСТОРАНІ ПРИ ГОТЕЛІ**

**О. І. Семенюк**, магістр спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

**Р. О. Бліщ**, науковий керівник, доцент кафедри харчових технологій, доцент, к. т. н.

*Львівський торговельно-економічний університет*

Ресторани при готелях – це невід’ємна складова готельного комплексу. Оскільки розвиток ресторанного господарства набуває швидких темпів, то кожен заклад намагається різними способами зацікавити і втримати потенційних клієнтів. Ресторани, які працюють при готелях, це особливий сегмент ресторанного ринку. Окрім постійних гостей (мешканців готелю), вони можуть приймати й усіх бажаючих[1]. Зазвичай ресторани при готелях стикаються з двома головними проблемами:

- непередбачуваний наплив або спад гостей;
- бажання мешканців міста ходити у звичні міські ресторани.

Для того, щоб усунути ці чинники, необхідно чітко продумати напрямок роботи ресторану при готелі. По-перше, якісна рекламна кампанія – ресторан потрібно розрекламувати як самостійний заклад, а не просто місце харчування при готелі. При цьому важливо, щоб у ресторан був окремий вхід з вулиці, а не лише з будівлі готелю.

Отже, для створення позитивного іміджу ресторану доцільно застосувати у діяльності такі способи покращення обслуговування та підвищення ефективності роботи ресторану:

- 1) застосування у роботі інноваційних технологій;
- 2) впровадження бонусної накопичувальної системи;
- 3) послуги з кейтерингу.

Далеко не всі ресторани запровадили у діяльність інформаційні та технологічні новинки. Тому доцільно було би запровадити у роботу обслуговування за допомогою планшетів та рацій. На сьогодні це передові рішення для закладів ресторанного господарства. Отже, офіціанти приймаючи замовлення, відразу створюють його на планшеті, і передають прямо на кухню, без записів у блокнот, як було раніше. Також офіціанти будуть ходити з раціями – це можливість прямого спілкування з адміністратором, кухнею та хостес. Використання рацій дозволить полегшити роботу, адже будь-які виправлення можна вносити у замовлення безпосередньо не перериваючи роботу, є можливість уточнювати відразу всі деталі в офіціантів або хостес, а також пришвидшити виконання всіх операцій на підприємстві (за рахунок мобільності персоналу) і т. д.

Впровадження бонусної накопичувальної системи для відвідувачів [2]. Картки постійних клієнтів зі знижками вже в минулому. Тепер заклади харчування переходять на нові системи заохочення відвідувачів. Тому доцільно в ресторані запровадити постійно діючу бонусну накопичувальну систему. Суть її полягає в наступному: відвідувач має повечеряти в ресторані три рази, після чого отримує бонусну картку. Далі відвідувач приходить до ресторану вже з карткою і за кожне відвідування, залежно від суми чеку, на картку нараховуються бонуси. Бонуси накопичуються протягом певного часу, а далі їх можна обміняти на вечерю в цьому ресторані, або на дегустацію коктейлів в барі тощо. Усе залежить від суми накопичених бонусів.

Це вдалий маркетинговий хід, адже у гостей прокидається

бажання отримати якомога більше подарунків від закладу, що змусить їх час від часу приходити саме сюди.

Кейтеринг-обслуговування. Сьогодні цей напрямок готельно-ресторанної сфери набирає обертів. Тому доцільно завоювати серця клієнтів ще й таким способом. Ні для кого не секрет, що на Полтавщині надзвичайно вражаюча природа, і далеко не кожен полюбляє просиджувати дні у приміщеннях. Саме для таких прихильників відпочинку на свіжому повітрі слід організовувати кейтеринг. Це може бути будь-що: пікніки, барбекю, коктейльні вечірки, весілля, дні народження і т. д. До послуг, які можна запропонувати на виїзних обслуговуваннях входять:

- кейтеринг-бар;
- шоу барменів (флаєринг та фаєр-шоу);
- піраміди з шампанського;
- шоколадний фонтан;
- солодкий стіл (десерти на ваш вибір);
- кава-брейк (для конференцій, семінарів, тощо) та інші.

Оскільки, на сьогодні, готелі прагнуть до збільшення доходів і шукають ефективні шляхи для досягнення фінансової стабільності і прибутковості, передбачені заходи дозволять покращити обслуговування та підвищити ефективність роботи ресторану.

### **Список використаних джерел**

1. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук. праць / Київський національний торговельно-економічний ун-т / М. І. Пересічний (відп. ред.). – Київ : КНТЕУ, 2003. – 304 с.
2. Журавльова С. М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства / С. М. Журавльова // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2 (8).

## **СЕКЦІЯ 24. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

---

### **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

**А. Ю. Шандиба**, студентка напряму підготовки «Туризм», група Т-43

**О. О. Тараненко**, науковий керівник, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, к. е. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

З кожним роком туристична галузь у світі набирає оберти. Кожна країна створює нові туристичні атракції або старанно намагається розрекламувати вже існуючі. Відкриваються нові напрямки, туристичні пам'ятки, курорти або цікаві готелі. Конкуренція між країнами зростає, так як туризм є важливим сектором економіки, адже разом з кількістю туристів збільшуються грошові надходження до країни.

Саме тому для підвищення цікавості туристів до країни або окремого регіону, окрім традиційних туристичних пам'яток, які в них заходяться, проводяться одноразові або періодичні різноманітні заходи – фестивалі, масові святкування, ярмарки, спортивні змагання.

Подієвий туризм (івентивний, тематичний, фестивальний) – вид туризму, при якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва.

Особливість подієвого туризму полягає в тому, що під час поїздки можна поєднати пізнання міста, його вивчення з відвідуванням якогось фестивалю, концерту, свята, виставки або іншої важливої чи цікавої події. Ще однією особливістю подієвого туризму є те, що він щорічно поповнюється новими подіями, які з одноразових заходів із зростанням популярності поступово переходять в розряд регулярних.

Тури подієвого туризму – це унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в самих видовищних заходах планети і поступово завойовують все більшу популярність. Ряд науковців вважає, що в недалекому майбутньому кількість учасників подієвого туризму перевищить кількість учасників екскурсійного туризму.



Серед найяскравіших і маловідомих кожному туристу подій в 2018 році, мандрівникам варто відвідати: щорічний Фестиваль небесних ліхтариків (Тайвань); Марді Гра і Святкування 300 річниці Нового Орлеана (США); День Короля в Амстердамі (Нідерланди); фестиваль Distortion в Копенгагені (Данія); святкування Інти-Раймі в Куско (Перу); Міжнародний фестиваль ComicCon в Сан-Дієго (США); Святкування 115-річчя Harley Davidson в Мілуокі (США); Фестиваль Фрінж в Единбурзі (Шотландія); Октоберфест в Мюнхені (Німеччина); розпродаж на блошиному ринку в місті Лілль (Франція); Фестиваль Лой Кратхонг та Йі Пенг в місті Чіангмай (Таїланд).

В Україні на 2018 рік заплановано більш ніж 70 різноманітних фестивалів, виставок, свят та інших подій, які заслуговують на увагу туристів, як з України так і з усього світу. Серед них можна виділити:

Фестиваль повітроплавання «Назустріч Сонцю» (м. Кам'янець-Подільський); Фестиваль вина Kyiv Food and Wine Festival (м. Київ); Виставка тюльпанів «Навколо світу» (м. Київ); Atlas Weekend (м. Київ).

На Полтавщині також заплановано низку привабливих для туристів свят, наймасштабнішими серед яких є Кінне свято (с. Дібрівка) та 20-й ювілейний Національний Сорочинський ярмарок (сmt. Великі Сорочинці).

Отже, подієвий туризм це напрямок порівняно молодий і надзвичайно цікавий. Основна мета поїздки приурочена до якоїсь події. Головна особливість подієвого туризму – можливість відвідати та пізнати місто, одночасно відвідуючи якийсь захід. В наш час це перспективний вид туризму, який динамічно розвивається.

### **Список використаних джерел**

1. Atlas Weekend [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/Pages/Events.aspx?EventID=1464>. – Назва з екрана.
2. В прошлом году количество туристов в Киеве выросло на четверть [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/economoyandpoliticsinukraine/v-proshlom-godu-kiev-kolichestvo-turistov-v-kieve-vyroslo-na-che-338826/>. – Назва з екрана.
3. Виставка тюльпанов в Киеве [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/Pages/Events.aspx?EventID=770>. – Назва з екрана.

4. Культурні події у світі, які варто відвідати в 2018 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.momondo.ua/inspiration/kulturni-podii-u-sviti/>. – Назва з екрана.
5. Сорочинская ярмарка 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/Pages/Events.aspx?EventID=684>. – Назва з екрана.
6. Kyiv Food and Wine Festival [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/Pages/Events.aspx?EventID=1345>. – Назва з екрана.

## **СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**Є. В. Лебеденко**, студентка напряму підготовки «Туризм», група Тм-61

**Ю. В. Карпенко**, науковий керівник, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, к. е. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На початку ХХІ ст. туристична індустрія набула великих розмірів та приносить високі прибутки країнам, які її розвивають. Туристичний ринок набуває рис високо-конкурентного середовища, де кожна країна намагається стати першою по просуванню туристичного товару, адже прибутки від туристичної індустрії з кожним роком займають все більші показники у бюджетах країн світу. Ось чому розвиток туристичної індустрії в Україні є такою важливою темою дослідження. Сфера туризму якщо її правильно просувати, може приносити високі прибутки для економіки, та країні в цілому [1, с. 158].

Всі ринки, не дивлячись на їх явну відмінність, мають загальну економічну сутність. Загальна економічна теорія виділяє в ринковому механізмі дві сторони: 1) механізм взаємозв'язку попиту і пропозиції з цільовою функцією того, що їх збалансувало; 2) механізм конкуренції з цільовою функцією стимулювання товаровиробників.

Дві відмічені сторони ринкового механізму властиві механізму туристського ринку. Причому механізм попиту і пропозиції, і механізм конкуренції найтіснішим чином пов'язані з ціною. У першому випадку ціна служить інструментом, що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, а в другому конкуренція виступає як сила, що врівноважує ринкові ціни [2].

Це підтверджують визначення наведені науковцями які займаються дослідженням даного питання. В. Зорін, Т. Каверіна, В. Квартальнов визначають ринок туристичних послуг як можливості пропозиції та попиту на туристичні послуги. У поняття «пропозиції на ринку туристичних послуг» вони включають як матеріальну базу туризму, так і туристичні послуги, якісне і повне надання яких можливе лише при достатньому розвитку туристичної інфраструктури [3, с. 62–63]. Р. Юрик визначає туристський ринок як «інститут або механізм, який зводить разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) туристських послуг» [4, с. 84]. В. Боголюбов, В. Орловська вважають, що туристський ринок являє собою «суспільно-економічне явище, що об'єднує попит та пропозиція для забезпечення процесу купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг в даний час і в даному місці» [5, с. 32]. Г. Гладкевич під туристичним ринком розуміє економічну систему «процес взаємодії туристського попиту, пропозиції туристського продукту, ціни та конкуренції» [6, с. 10]. А. Дурович дає таку дефініцію: «Туристичний ринок – це суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту в даний час і у даному місці» [7, с. 135]. Отже, ринок туристичних послуг розглядається як система, що складається з взаємопов'язаних елементів, що споживають ресурси й виробляють в результаті туристський продукт.

Можна виділити такі особливості функціонування туристичного ринку: участь багатьох суб'єктів у обміні; відсутність організованого попиту у великих масштабах; виникнення ринкових відносин як у власній країні покупця, так і в подальшому в іншій країні на місці знаходження туристичного об'єкту; сильно виражена суб'єктивна оцінка очікувань споживачів або отриманого ефекту від туристичної подорожі; активна участь посередників у забезпеченні попиту і пропозиції туристичних послуг; висока ступінь змінюваності одних туристичних послуг і товарів на інші. Зазначені особливості перетворюють туристичний ринок у надзвичайно динамічне явище з сильно вираженим імовірнісним характером процесів, що на ньому відбуваються. Тому для здійснювання правильної ринкової політики з позиції забезпечення своїх власних інтересів необхідно постійне і ретельне дослідження туристичного ринку [8, с. 31–32].

### Список використаних джерел

1. Січка І. І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України / І. І. Січка // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 7. – С. 158–162.
2. Цибульський В. О. Дослідження сутності попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг та факторів впливу на них [Електронний ресурс] / В. О. Цибульський // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – Вип. 2 (14). – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_2_21). – Назва з екрана.
3. Туристский терминологический словарь : справочно-методическое пособие / авт.-сост. Й. В. Зорин, В. А. Квартальов. – Москва : Советский спорт, 1999. – 664 с.
4. Юрик Р. А. Рынок международного туризма / Р. А. Юрик // Экономика и организация туризма. Международный туризм // под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – Москва : КНОРУС, 2005. – С. 84–104.
5. Боголюбов В. С. Экономика туризма : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – Москва : Академия, 2005. – 192 с.
6. Гладкевич Г. И. Факторы формирования туристского рынка / Г. И. Гладкевич // Географія та туризм : наук. зб. – Вип. 15. – Киев : Альтерпрес, 2011. – С. 9–16.
7. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2005. – 496 с.
8. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.

## **СЕКЦІЯ 25. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

---

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБІВ З БІСКВІТНОГО ТІСТА З ВИКОРИСТАННЯМ ВІДХОДІВ КАВОВОГО ВИРОБНИЦТВА**

*І. О. Ореховський, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГ-51м*

*Г. П. Хомич, науковий керівник, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, професор, д. т. н.*

*О. М. Горобець, асистент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Харчування населення є важливою соціальною проблемою, тому що глобальне забруднення навколишнього природного середовища досягло критичного рівня. Головною причиною зниження адаптаційних можливостей організму є нестача в продуктах харчування біологічно активних речовин: вітамінів, макро- та мікроелементів, фенольних сполук, незамінних аміно- та жирних кислот, глікозидів та ізопреноїдів, антиоксидантів, харчових волокон. Більшість з них, через високу активність та нестабільність руйнується в ході процесів виробництва харчових продуктів, а частина іде у відходи виробництва.

Тому створення нових маловідходних та безвідходних технологій виробництва і більш широке залучення в харчову промисловість нетрадиційних сировинних ресурсів, до яких відносяться і відходи харчової промисловості, замість добавок синтетичного походження дасть можливість забезпечити населення якісними продуктами харчування.

Борошняні кондитерські вироби відносяться до групи харчових продуктів досить широкого асортименту, яку створено за рахунок використання різних рецептурних складових, і вони характеризуються різноманітними споживчими властивостями. Серед борошняних кондитерських виробів вагоме місце посідають вироби з бісквітного тіста, привабливі споживні властивості яких зумовлюють постійний попит населення. Однак, більшість

виробів, що представлені в даному асортименті, не містять достатньої кількості таких фізіологічно важливих для організму людини складових, як вітаміни, білки, незамінні амінокислоти, мінеральні речовини, харчові волокна тощо. Тому вибір добавок повинен ґрунтуватися на наявності в їх складі важливих фізіологічно функціональних інгредієнтів, враховуючи перспективу коректування хімічного складу виробів у напрямі насичення найбільш дефіцитними речовинами і зниження їх енергетичної цінності [1].

Кавове виробництво має велику кількість відходів, у тому числі і кавовий шлам. Останній, за вологості 12,5 %, містить у своєму складі 11,2–13,5 % сирого протеїну, близько 5,5 % – сирого жиру та в середньому 39,7 % – клітковини. Встановлено, що значну частку (75–77 %) в складі жирних кислот кавового шламу становлять пальмітинова (138,9 г/кг) та лінолева (432,8 г/кг), яка визнана на даний час єдиною незамінною ненасиченою жирною кислотою. Крім цього, встановлено що кавовий шлам володіє тонізуючою дією, оскільки містить кофеїн та певну кількість нікотинової кислоти, а також вітаміни групи В [2].

Для запровадження ресурсозберігаючих технологій у виробництво і з метою максимального використання технологічного потенціалу вихідної сировини використовували кавовий шлам для удосконалення технології виробів з бісквітного тіста.

Кавовий шлам з розміром часток до 160 мкм включно вводили до рецептури основного бісквіту в кількості 5, 10, 15, 20 % від маси борошна.

Готові вироби мали приємний кавовий аромат та світло-коричневий колір. За органолептичними показниками найкращим виявився зразок з внесенням 15 % кавового шламу. Зі збільшенням концентрації добавки пористість виробів знижувалася та підвищувалася щільність. Окрім того зменшився упік виробів, що, ймовірно, пов'язано з вмістом в добавці значної кількості клітковини, яка має вищу вологоутримувальну здатність в порівнянні з борошном.

Отже, використання кавового шламу в технології бісквітних виробів дозволяє не тільки розширити асортимент даної групи виробів, а також підвищує їх харчову та біологічну цінність за рахунок біологічно активних речовин, що містяться в його складі.

Враховуючи, що використання кавового шламу змінює колір готових виробів доцільним є проведення досліджень з викори-

станням його в технології бісквіту «Прага», що буде напрямком подальших досліджень.

### Список використаних джерел

1. Корячкина С. Я. Новые виды мучных кондитерских изделий / С. Я. Корячкина. – Орел : Труд, 2006. – 480 с
2. Титов Я. Кофейный шлам – в корм / Я. Титов, З. Миронова, А. Леонова // Молочное и мясное скотоводство. – 1973. – № 7. – С. 47.

## ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ В ТЕХНОЛОГІЇ СОЛОДКИХ СОУСІВ

**І. В. Соколенко**, студент спеціальності «Харчові технології» освітня програма «Технології в ресторанному господарстві», група ТРГ-51м

**Г. П. Хомич**, науковий керівник, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, д. т. н.

**Ю. В. Левченко**, асистент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Забезпечення організму людини продуктами харчування є головним завданням харчової промисловості. Їжа є основою життя людини, джерелом енергії, яку організм витрачає у процесі своєї життєдіяльності. Від якості харчових продуктів залежить наскільки швидко клітини і тканини зможуть оновлюватися, тому здорове харчування є важливим для кожної людини. Однак, щорічно при виробництві харчових продуктів зростає частка використання синтетичних добавок для підсилення аромату, для структуроутворення, для створення відповідного кислого середовища і це негативно впливає на якість готових виробів та на здоров'я споживачів.

У закладах ресторанного господарства України особливим попитом користується соусна продукція. Головною проблемою при виготовленні фруктових соусів є утворення відповідної структури готового виробу, для чого додають відповідні структуро-утворювачі (крохмаль, желатин, карагінан та ін.), органічну кислоту для пониження активної кислотності середовища і цукри.

Заміна традиційних рецептурних компонентів соусів на продукти з високим вмістом біологічно активних речовин є основним напрямом розвитку сучасного ринку. Рослинна сировина є

джерелом поживних речовин, які не тільки підвищують харчову цінність, але і покращують органолептичні та структурно механічні властивості харчових продуктів [1].

Метою роботи була розробка технології соусів на основі натуральної рослинної сировини із підвищеною харчовою цінністю.

Для виробництва соусів використовували не тільки традиційну місцеву сировину, але й імпортовану з інших кліматичних зон. Особливе місце серед сировини, яка завозиться у нашу країну, займають банани. В бананах міститься до 1,8 % поліфенолів, аскорбінова кислота, тіанін, рибофлавін, комплекс ароматичних речовин, спирти, альдегіди.

Під час вибору сировини були враховані її фізіологічні функції. Банани характеризуються високим рівнем засвоюваності, що надає можливості вживати їх людям різного віку. Їх можна використовувати як енергетичний продукт. Наявність у складі швидко засвоюваних цукрів, калію, магнію відносить їх до дієтичних продуктів. Вони покращують настрій, психічний стан людей, завдяки вмісту в значній кількості триптофану, який також запобігає старінню клітин.

Однак, при переробці бананів велике значення має швидкість процесу очищення для запобігання потемніння м'якоті під впливом окислювальних ферментів, які в плодах бананів дуже активні. Поєднання їх із соком калини дасть можливість запобігти протіканню окислювальних процесів через високий вміст в складі калини органічних кислот.

Калина характеризується високим вмістом біологічно активних речовин, її плоди позитивно впливають на серцево-судинну систему, регулюють артеріальний тиск [2].

За органолептичними показниками плоди калини яскраво-червоного кольору, кулястої форми зі сплюснутою великою кісточкою, яка займає більшу частину ягоди. Смак калини має виражену гіркуватість, що ускладнює її використання для переробки.

На початковому етапі досліджень було проаналізовано фізико-хімічні показники сировини. Встановлено, що ягоди калини містять у своєму складі достатньо високу кількість органічних кислот (2,4 %), які приймають участь у формуванні смакових властивостей і впливають на кислотно-лужну рівновагу. В аналізованих зразках калини виявлено L-аскорбінову кислоту (18,0 мг/100 г), фенольні речовини (870,0 мг/100 г) та вміст пектинових речовин (0,8 %). В бананах також виявлено пектинові



речовини (0,5 %), L-аскорбінову кислоту (14,0 мг/100 г) і фенольні речовини (1 100,0 мг/100 г), але банани характеризуються низькою кислотністю, відповідно вміст органічних кислот в їх складі становить 0,3 % в переліці на яблучну кислоту.

Отже, аналіз хімічного складу сировини показав, що ягоди калини мають виражений кислий смак, а банани, навпаки, високий вміст цукрів, що дозволить при купажуванні обраної сировини отримати продукт з приємним гармонічним кисло-солодким смаком; і при купажуванні пюре з банану та калини можна отримати композицію з необхідними структурними показниками.

### **Список використаних джерел**

1. Хомич Г. П. Використання хеномелесу в технології виробництва солодких соусів / Г. П. Хомич, Ю. В. Левченко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. – 2015. – № 17, № 4. – С. 166–174.
2. Одарченко Д. М. Спосіб виробництва заморожених напівфабрикатів на основі журавлини та калини / Д. М. Одарченко и др. // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2013. – № 4 (10). – С. 31–33.

## **ВИКОРИСТАННЯ ВТОРИННИХ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ХЕНОМЕЛЕСУ В ТЕХНОЛОГІЇ ДРІЖДЖОВИХ ВИРОБІВ З ВІДКЛАДЕНОЮ ВИПІЧКОЮ**

**М. М. Нечипоренко**, студентка спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм-51

**М. П. Микитенко**, студентка спеціальності «Харчові технології», група ТХ-41

**Г. П. Хомич**, науковий керівник, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, професор, д. т. н.

**О. М. Горобець**, асистент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Велике значення у харчуванні населення мають борошняні вироби. Вони належать до категорії продукції регулярного споживання, попит на яку постійно підвищується. Значної популярності набуває приготування свіжої випічки у борошняних цехах,

що входять у структуру закладів ресторанного господарства (ЗРГ), зокрема, до складу закладів фаст-фуд, розвиток яких з року в рік зростає і за обсягами продажів становить близько 20–25 %.

Вироби з дріжджового тіста для мережі швидкого харчування виготовляють за спеціальними технологіями, які передбачають тривале зберігання в герметичній упаковці (до 60 діб) або у замороженому вигляді, що зумовлює використання консервантів хімічної природи та стабілізаторів структури, які при тривалому споживанні негативно впливають на здоров'я людини [1].

Постійно зростаючий попит на борошняні вироби з дріжджового тіста вимагає проведення удосконалення існуючих технологій виготовлення заморожених виробів з дріжджового тіста, розширення їх асортименту та підвищення біологічної цінності. Прогресивним напрямком дослідження є пошук натуральної сировини, яка б дала можливість забезпечити випуск якісної продукції з заданими властивостями без застосування хімічних добавок.

Перспективною сировиною на українському ринку є хеномелес, при переробці якого на сік 50 % складають вичавки, які в свою чергу містять більше 5 % органічних кислот, приблизно 2 % дубильних речовин, великий вміст аскорбінової кислоти, вітаміни B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, а також речовин Р-вітамінної активності та велику кількість пектинів [2].

Попередніми дослідженнями було встановлено позитивний вплив продуктів переробки хеномелесу на газоутворювальну здатність тіста, показники активної та титрованої кислотності, підтверджено доцільність використання вичавок з хеномелесу для інтенсифікації процесу бродіння, поліпшення реологічних властивостей тіста [3].

В результаті проведених досліджень були встановлені оптимальні параметри висушування вичавок з хеномелесу в пароконвектоматі: температура – 60 °С, тривалість – 2 години, товщина шару вичавок при висушування – 1,5–2,0 см.

Порошок з хеномелесу відрізняється меншою вологістю, вищою кислотністю та більшим розміром часток у порівнянні з пшеничним борошном, проте має майже вдвічі більшу водопоглинальну здатність, що обумовлено значним вмістом пектинових речовин.

Введення до рецептури дріжджового тіста 1,5 % порошку з хеномелесу позитивно впливає на вуглеводно-амілазний комплекс борошна, підвищує газоутворюючу здатність та створює умови для скорочення загальної тривалості бродіння.

Органолептичні показники отриманих виробів з внесеною добавкою характеризуються появою приємного світло-коричневого кольору скоринки та світлого м'якушу, гарним присмаком і ароматом.

При дослідженні фізико-хімічних показників: було відзначено підвищення показника пористості на 10 %, формостійкості – на 16 %, питомого об'єму – на 17 % у порівнянні з контрольним зразком.

Таким чином, проведені дослідження свідчать про доцільність використання продуктів переробки хеномелесу при виробництві борошняних виробів з дріжджового тіста з відкладеною випічкою.

### **Список використаних джерел**

1. Солоницька І. В. Структурно-механічні властивості хліба, виготовленого за технологією відкладеного випікання / І. В. Солоницька, Г. Ф. Пшенишнюк, Т. В. Битка // Харчова наука і технологія, 2014. – № 1 (26). – С. 44–47.
2. Хомич Г. П. Використання хеномелесу та продуктів його переробки в технології борошняних виробів / Г. П. Хомич, О. М. Горобець // Науковий вісник Львівського Національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького. – Львів : ЛНАВМ, 2015. – Т. 17. – № 4 (64). – С. 208–212.
3. Хомич Г. П. Вторинні продукти переробки хеномелесу – джерело біологічно активних речовин / Г. П. Хомич, О. М. Горобець, Ю. В. Левченко // Наукові праці НУХТ – Київ : НУХТ, 2016. – Т. 22. – № 4. – С. 231–240.

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПІСОЧНОГО ТІСТА З ВИКОРИСТАННЯМ ВИНОГРАДНИХ ВИЧАВОК**

**А. О. Линько**, студентка спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм-51

**Г. П. Хомич**, науковий керівник, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, професор, д. т. н.

**О. М. Горобець**, асистент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Постійне збільшення сировини, яка переробляється на підприємствах харчової промисловості, збільшує кількість відходів

виробництва і їх раціональне використання є актуальною проблемою, вирішення якої дозволить значно збільшити вихід готової продукції, підвищити ефективність виробництва та суттєво зменшити забруднення навколишнього середовища. При традиційній переробці плодово-ягідної сировини відходи складають 30–40 %.

Вичавки – відходи сокового виробництва містять у своєму складі, як і вихідна сировина, достатню кількість біологічно активних речовин. Використання такої рослинної сировини дозволить розширити асортимент борошняних кондитерських виробів і частково вирішити проблему комплексної переробки відходів, що утворюються на великих промислових підприємствах. Для удосконалення технології борошняних виробів використовували виноградні вичавки – відходи сокового та виноробного виробництв, які накопичуються у великих кількостях під час переробки винограду [1].

Свіжі виноградні вичавки висушували, подрібнювали і використовували у вигляді порошку. Аналіз хімічного складу порошку з виноградних вичавок підтвердив, що в їх складі максимально зберігаються у нативному вигляді всі біологічно активні речовини, зокрема і ті, які володіють антиоксидантною активністю, що викликає інтерес щодо їх використання як антиоксидантів для жирів і продуктів, що їх містять.

Серед борошняної кондитерської продукції значне місце займають вироби з пісочного тіста, а саме печиво, популярність якого пояснюється привабливим зовнішнім виглядом, різноманітністю форм і смаку, відносно невисокою вартістю. Однак, через високий вміст жиру і цукру воно має високу енергетичну цінність і не містить корисних для організму людини функціональних речовин [2].

Для проведення досліджень використовували порошок з виноградних вичавок світлих сортів винограду та вносили його до рецептури пісочного тіста у кількості 5, 10, 15 та 20 %.

За результатами експериментальних досліджень встановлено, що зі збільшенням масової частки порошку вміст води в тісті та готових виробах зростає, що пояснюється збільшенням вмісту харчових волокон (пектинів, клітковини), які утримують вологу в зв'язаному стані в тісті та в процесі випікання. У зразках із додаванням порошку із вичавок винограду вологість

готового виробу збільшується на 1,1–4,7 % порівняно з контрольним зразком. За контрольний зразок було обране пісочне печиво

Визначено, що щільність пісочного печива з порошком з виноградних вичавок значно не підвищується, а намоочуваність знижується залишаючись в межах допустимих норм (не нижче 120 %). Лужність дослідних зразків зменшується, що обумовлено значним вмістом в порошок органічних кислот. Крім фізико-хімічних показників якості, важливими споживчими властивостями продукту є органолептичні. Дослідження органолептичних показників якості пісочного печива свідчить, що внесення порошку в кількості 10 % від маси борошна не призводить до зміни форми та стану поверхні виробів. Печиво має приємний легкий аромат і присмак винограду. Збільшення дозування порошку призводить до погіршення органолептичних показників, зокрема вироби погано тримають форму та мають шорсткувату поверхню, структура їх ущільнюється. Пісочне печиво набуває інтенсивного кольору та вираженого кислого присмаку, а також має неоднорідну текстуру внаслідок присутності дрібнодисперсних часток порошку.

Отже, на підставі отриманих результатів, стає очевидною доцільність використання продуктів переробки виноградних вичавок в технології пісочного печива з метою створення нових виробів із заданими властивостями, що дозволить використовувати їх для профілактики та нормалізації роботи організму людини. Аналіз фізико-хімічних та органолептичних показників якості пісочного печива з різним вмістом порошку дозволяє рекомендувати використання його в технології печива в кількості 10 % до маси борошна.

### **Список використаних джерел**

1. Шестак О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О. В. Шестак // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2013. – № 6(980). – С. 132-137
2. Кондратьев Д. В. Биологическая ценность виноградных выжимок [Текст] / Д. В. Кондратьев, Н. Г. Щеглов // Материалы I региональной научно-практической конференции «Перспективы использования новых видов сырья в пищевых технологиях». – Пятигорск : Изд-во «Риа-КМВ», 2007. – С. 29–33.

## УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ НА ОСНОВІ ЕКСТРАКТІВ ІЗ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

**В. М. Білик**, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГМ-51

**А. Б. Бородай**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. вет. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для росту й розвитку, збереження здоров'я, підтримки високої працездатності, опірності організму інфекційним та іншим факторам навколишнього середовища необхідне екологічно чисте, фізіологічно повноцінне харчування. Воно передбачає включення у раціон продуктів, збагачених біологічно активними речовинами (БАР), у тому числі й із природних джерел. Гарними об'єктами для збагачення БАР є безалкогольні напої, оскільки вони займають значну частку у харчуванні, а їхня популярність серед різних груп населення, зокрема молоді, щорічно зростає. Проте, більше ніж 80 % безалкогольних напоїв масового виробництва виготовляються на основі імпортованих концентратів, до складу яких входять синтетичні барвники, ароматизатори та консерванти [3].

Для кращого вилучення БАР в сучасних технологіях використовують різні методи попередньої обробки сировини. До них відносять термічну обробку мезги, ферментацію пектолітичними ферментами, обробку ІЧ-променями, електромагнітним полем та ін. [1, 2].

Метою роботи є визначення впливу ультразвуку (УЗ) на фізико-хімічні, мікробіологічні й органолептичні показники рослинних екстрактів та удосконалення технології напоїв на основі екстрактів.

Оброблення нетрадиційної сировини проводили в ультразвуковій ванні заводського виробництва (марка ПСБ-12035-05). Оброблені ягоди подрібнювали, отриману мезгу розбавляли водою у співвідношенні 1:10, настоювали протягом однієї години, проціджували і потім концентрували. Для максимального збереження лабільних сполук, а саме, L-аскорбінової кислоти, концентрування проводили у вакуум-ротаторному випарювачі.

Експериментальним шляхом встановлено, що оптимальна тривалість обробки ягід ультразвуком становить 9 хв. При

цьому залежно від виду сировини збільшується перехід в екстракт сухих речовин на 8...10 %, у контрольному зразку калини цей показник становить 13 %; горобини – 13,2; шипшини – 15,2. Після обробки в калині становило 14,05 %; горобині – 14,5 %; шипшині – 16,8 %.

Титрована кислотність, яка є показником виходу органічних кислот із сировини в екстракт, у контрольних зразках становила: в екстракті з калини – 0,07 г/л; горобини – 0,04 г/л; шипшини — 0,08 г/л. Після обробки УЗ спостерігалось збільшення кислотності в екстракті з калини до 0,12 г/л; горобини – 0,08 г/л; шипшини – 0,15 г/л.

У контрольних зразках калини кількість L-аскорбінової кислоти становила 53,3 мг/100 г; горобини – 45,5 мг/100 г; шипшини 305,5 мг/100 г. Після обробки УЗК спостерігалось збільшення виходу вітаміну С на 9...12 %. Кількість пектинових речовин також збільшувалася на 1,5...2 %.

За результатами проведених мікробіологічних досліджень екстрактів було встановлено, що вони відповідають нормативам за показниками безпеки. В усіх зразках були відсутні збудники псування, бактерії групи кишкової палички та сальмонели.

Дегустаційна оцінка морсів і фізів із додаванням 15 % екстракту із рослинної сировини показала високі органолептичні характеристики досліджуваних зразків, зокрема покращився колір і смак досліджуваних напоїв.

Таким чином, на підставі проведених теоретичних та експериментальних досліджень удосконалено технологію й рецептури фізів і морсів із використанням екстрактів ягід шипшини, горобини та калини, отриманих після обробляння ультразвуком. Результати оцінки показників якості та безпеки контрольних і дослідних зразків екстрактів та напоїв, отриманих із застосуванням процесів інтенсифікації екстрагування рослинної сировини, дозволяють зробити висновок, що запропоновані функціональні напої відповідають усім вимогам, що висуваються до даного виду продукції та мають підвищену харчову цінність.

### **Список використаних джерел**

1. Домарецький В. А. Технологія екстрактів, концентратів і напоїв із рослинної сировини : [підручник] / Домарецький В. А., Прибильський В. Л., Мхайлов М. Г. ; за ред. В. А. Домарецького. – Вінниця : Нова книга, 2005. – 408 с.

2. Миронов Д. А. До питання розробки ефективних способів переробки рослинної сировини / Д. А. Миронов // Економіка АПК. – № 8. – 2010. – С. 29–33.
3. Новые технологии биологически активных растительных добавок и их использование в продуктах иммуномодулирующего и радио-защитного действия : монография / Р. Ю. Павлюк, А. И. Черевко, В. В. Погарская и др. ; Харьк. гос. академия технол. и орг. питания. – Укр. национальный ун-т пищ. технологий. – Харьков; Киев, 2002. – 205 с.: ил. 37, Библиогр.: с. 183–205.

## **ВИКОРИСТАННЯ ВТОРИННОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ**

**В. В. Захаренков**, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГМ-51

**Н. В. Олійник**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проблеми сьогодення, які пов'язані з несприятливою екологічною ситуацією в Україні, вимагають забезпечення населення високоякісними продуктами харчування із збалансованим хімічним складом.

Борошняні кондитерські вироби, зокрема кекси, користуються великим попитом у дітей та дорослого населення. Однак, ці вироби містять у своєму складі багато жирів та вуглеводів і недостатньо важливих для організму людини елементів, особливо вітамінів, мінеральних речовин та харчових волокон.

У сучасних умовах важливого значення набувають проблеми розробки технології виробів поліпшених споживних властивостей, що передбачає пониження енергетичної і підвищення харчової цінності, збагачення їх складу біологічно активними компонентами, покращення органолептичних показників. У зв'язку з цим використання продуктів переробки рослинної сировини (фруктових та овочевих порошків, паст, пюре, концентратів) у виробництві є актуальною проблемою сьогодення.

Біологічно активні речовини містяться у нетрадиційній сировині, завдяки якій можна регулювати технологічний процес, створювати продукти з направленними властивостями. Досить перспективною є сировина з пророщених бобових (гороху, ква-



солі), насіння соняшнику, плодові та овочеві порошки, водорості, солодові екстракти, гарбузове пюре, пюре цибулі, топінамбура, порошок кропиви, горобини звичайної, чорниці, калини, шипшини, цикорію, горобини чорноплідної, глоду, плодів калини [1].

На сьогоднішній день не менш перспективним у технології кексів є використання вторинної рослинної сировини, а саме бурякових вичавок. Вичавки із буряку складають до 30 % при його переробці, що на більшості заводів є відходами виробництва. Вони являються цінною харчовою добавкою, так як містять велику кількість необхідних для людського організму речовин. До бурякових вичавок входять: пектинові речовини – 6...7 %, целюлоза – 1...1,5 %, цукри – 9...10 %, аскорбінова кислота – 78...85 мг/100 г, а також макро- і мікроелементи [2].

Метою наукової роботи є розробка технології кексів, збагачених біологічно-активними речовинами за рахунок використання вторинної рослинної сировини (бурякових вичавок).

Для розроблення рецептури кексів з порошком із бурякових вичавок було визначено максимальну кількість добавки, яку можна ввести у тісто без погіршення якості готових виробів. Досліджували зміни фізико-хімічних та органолептичних показників при варіюванні вмісту у виробі порошку із бурякових вичавок у кількості 10; 15 та 20 % від загальної маси сировини із заміною відповідної частини пшеничного борошна.

На основі проведених досліджень встановлено, що заміна від 10 до 15 % пшеничного борошна на порошок із бурякових вичавок, призводить до покращення структури тіста та підвищення намоочуваності готових виробів. При подальшому збільшенні вмісту добавки намоочуваність кексів зменшується. Це пов'язано зі збільшенням густини тіста, яка перешкоджає розпушуванню тістових заготовок при випіканні.

Подальше збільшення масової частки порошку із вичавок супроводжується надмірним підвищенням вологопоглинальної здатності, в'язкості тіста та погіршенням органолептичних і фізико-хімічних показників якості кексів.

При дослідженні пористості кексів було встановлено, що підвищення кількості уведеного до рецептури порошку із бурякових вичавок не впливає на значення пористості досліджувальних зразків. При цьому пористість кексів з порошком із бу-

рякових вичавок знаходиться на рівні контрольного зразку, виготовленого за традиційною технологією.

На основі отриманих даних встановлена доцільність і можливість введення до рецептури кексів порошку із бурякових вичавок. Отримані результати досліджень пористості і намоочуваності показали, що доцільною є заміна пшеничного борошна на порошок із бурякових вичавок у кількості 15 %. Це підтверджується й результатами попередніх досліджень органолептичних властивостей виробів. Уведення порошку із бурякових вичавок у рецептуру кексів дозволяє знизити енергетичну, підвищити поживну цінність та розширити асортимент борошняних кондитерських виробів.

### **Список використаних джерел**

1. Дробот В. І. Поговоримо ще раз про харчові добавки та їх функціональну роль в технологічному процесі / В. І. Дробот // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. – 2011. – № 5. – С. 8–10.
2. Химический состав пищевых продуктов. Кн. 2: Справ, табл. содержания аминокислот, жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов, органических кислот и углеводов / под ред. акад. М. Л. Скурихина. – Москва : Агропромиздат, 1987. – 360 с.

### **ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗБАГАЧЕННЯ М'ЯСНИХ ФАРШІВ НАТУРАЛЬНИМИ ЕСЕНЦІАЛЬНИМИ РЕЧОВИНАМИ**

**А. А. Крупська (Сердеченко),** студентка спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм ПВ-61

**Л. Б. Олійник,** науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно розширюється та видозмінюється під впливом різних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища [1]. Зважаючи на глобальну тенденцію орієнтування харчових технологій у напрямку зменшення кількості та відмови від використання потенційно шкідливих та небезпечних компонентів, актуальними у ресторанному господарстві є розробки нових та удосконалення існуючих технологій, які передбачають збагачення страв та напів-

фабрикатів натуральними есенціальними речовинами (білками, харчовими волокнами, мікроелементами, вітамінами) [3, 4].

М'ясо є цінною білковою харчовою сировиною, яка, проте, у низці випадків і воно потребує збагачення вітамінами, мінеральними та іншими біологічно активними речовинами, яких бракує для збалансованого харчування. Тому новостворювані м'ясні продукти потребують відповідного збагачення шляхом цільового добору належних функціональних інгредієнтів, зокрема, рослинного походження.

У виробництві м'ясних страв у ресторанному господарстві традиційно використовують, фарші із яловичини, свинини, курятини із додаванням хліба (до 30 % маси м'яса) [2]. Тому м'ясні страви, виготовлені із такого фаршу містять набагато менше білків, мінеральних речовин, вітамінів та інших корисних речовин, а на заміну в них лише збільшується вміст крохмалю. Крім того, хліб, який використовується для фаршів, як правило, черствий та такий, що зберігався тривалий час і вже непридатний для споживання. Він може містити ряд шкідливих факторів, які є потенційно небезпечними: по-перше, це синтетичні технологічні добавки – відбілювачі борошна, розпушувачі тіста, речовини для «нечерствіння», смакові добавки; по-друге, термофільні дріжджі, які не гинуть при випіканні хліба, продовжують розмножуватися, потрапивши до організму людини, і знищувати флору кишечника; по-третє, це пліснява, яка з'являється у хлібобулочних виробках вже за одну-дві доби після його випікання, та інші.

Таким чином, якість та безпечність м'ясних страв, виготовлених із додаванням черствого хліба, є сумнівними та не відповідають сучасним медико-біологічним вимогам та вимогам споживачів.

Для вирішення цієї проблеми пропонується використовувати багаті на корисні есенціальні речовини борошно гречане, кукурудзяне та рисове. Зокрема, в гречаному борошні міститься: до 16 % легко засвоюваних білків (в їх числі такі амінокислоти, як аргінін і лізин); до 65 % вуглеводів; до 3 % жирів; велика кількість мінеральних речовин (кальцій, залізо, мідь, фосфор, марганець, цинк, бор та ін.); клітковина; лимонна, яблучна кислоти; вітаміни груп B, P і PP. Завдяки унікальному хімічному складу гречане борошно вважається універсальним компонен-

том оздоровчого харчування, широко використовується в дитячому та лікувально-профілактичному харчуванні [3, 5].

Користь кукурудзяного борошна полягає в наявності таких елементів, як кальцій, калій, магній, крохмаль і залізо; вітамінів групи В і вітаміну РР. На білкові сполуки припадає 7–8 %, жири – 1,5 %, а ще на клітковину – 22 %. Кукурудзяне борошно допомагає травленню, нормалізує обмінні процеси і очищає наш організм. Вироби з кукурудзяного борошна вважаються дієтичною їжею.

Рисове борошно є джерелом рослинного білку, повноцінного за амінокислотним складом, також містить натрій, калій, магній, фосфор, вітаміни В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, РР. Його складові – це біотин (вітамін), амілопектин і цинк (мікроелемент), значна кількість крохмалю, який легко засвоюється організмом людини, небагато клейковини (до 1 %), а також моно- і дисахариди (до 0,4 %). Воно не надає крохмального присмаку і не змінює смаку; не приглушує, а навпаки посилює смак інших компонентів; має властивості зв'язувати воду і може бути застосоване як натуральний загущувач і стабілізатор. До переваг належить ще й властивість збільшувати об'єм кінцевого продукту [3].

Хімічний склад, біологічна та харчова цінність цих харчових інгредієнтів дозволяє передбачити доцільність, а їх технологічні властивості – значну ефективність введення їх в рецептуру страв із м'ясного фаршу замість розмоченого черствого хлібу.

### **Список використаних джерел**

1. Гінда М. І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (м. Львів, 29.11.2016 р.). – Львів : МАУП, 2016. – Ч. 1. – 360 с. – С. 301–306.
2. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. – Москва : Экономика. – 1982. – 720 с. (Министерство торговли СССР).
3. Шипулин В. И. Принципы разработки альтернативных вариантов рациональных технологий мясных продуктов нового поколения с адаптированными пищевыми добавками : дисс. ... доктора техн. наук / В. И. Шипулин. – Ставрополь, 2009. – 465 с.
4. Никитина А. В. Мясные полуфабрикаты функционального назначения / А. В. Никитина, Н. Г. Азарова, М. М. Ткачук // Науудчрт еыньч Одесской национальной академии пищевых технологий. – Одесса, 2010. – Вип. 46, т. 2. – С. 168–170.

5. Химический состав пищевых продуктов. Справочные таблицы содержания основных пищевых веществ и энергетической ценности пищевых продуктов / под ред. А. А. Покровского. – Москва : Пищевая промышленность, 1977.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ЗБАГАЧЕННЯ М'ЯСНИХ СІЧЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ**

**М. А. Козлов**, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм ПВ-61

**Л. Б. Олійник**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Харчування є найважливішою фізіологічною потребою людського організму, задоволення якої значною мірою визначає стан здоров'я та життя людини. М'ясо та м'ясні продукти належать до найважливіших продуктів харчування. Поживна цінність м'ясних продуктів визначається їхнім хімічним складом (містять повноцінні білки, жири, мінеральні речовини та вітаміни) та високими органолептичними властивостями.

Заклади ресторанного господарства пропонують споживачам широкий асортимент страв на основі м'яса та більшість закладів виготовляють м'ясні напівфабрикати для власного виробництва та для реалізації споживачам. Виробництво м'ясних напівфабрикатів в Україні має особливо значні перспективи, тому їх обсяги збільшуються із року і рік на 10–15 % та їх асортимент постійно оновлюється і доповнюється [1]. За останнє десятиліття вітчизняний ринок м'ясних напівфабрикатів поповнився новим асортиментом охолоджених напівфабрикатів – маринованих, фаршированих, січених в оболонці типу «Ковбаски для грилю», тощо.

Зокрема останні представлені наступним асортиментом: ковбаски – «Білі мюнхенські», «Домашні», «Шашличні», «Для смаження», «Тирольські»; купати – «Курячі», «Індичі», «Мисливські», «Для грилю», «Шашличні; ковбаски «Баварські», «Тюрінгські», «Нюрнберзькі», «Мюнхенські» та інш. Згідно нормативно-технологічної документації до їх складу входить основна сировина: яловичина другого гатунку або котлетна, свинина напівжирна або котлетна, свинина жирна, жир-сирець або шпик, м'ясо птиці або фарш з м'яса птиці. А також допоміжна сировина: сіль, прянощі, цибуля, натуральні оболонки. Крім того,

рецептурою у складі м'ясних напівфабрикатів передбачено використання заміників м'яса – ММО (до 20 %), емульсії із шкірки (до 15 %), соєвих та тваринних білкових препаратів (Сканпро, Вітацель, Сойтекс) у кількості до 15 % у гідратованому вигляді. А також застосування ряду технологічних добавок, як індивідуальних (наприклад, нітрит натрію, аромат курячий, ароматизатор м'ясний, рис ферментований) так і комплексних («Премікс», «Пеклос», «Омультіон Екстра», багатофункціональні добавки 42-274Z, інш.).

Оскільки перелічені технологічні добавки призначені для індустріального виробництва ковбасних та солено-копчених виробів з урахуванням технологічних процесів теплової обробки та потреби тривалого зберігання. зокрема, цим пояснюється вміст у них консервантів, нітриту натрію, барвників і т. д. Для виробництва м'ясних охолоджених напівфабрикатів у закладах ресторанного господарства застосування такого спектру технологічних добавок не обгрунтовано, не визначена доцільність та ефективність їх використання. Тому актуальним є дослідження можливості заміни технологічних синтетичних добавок рослинними інгредієнтами з метою розширення асортименту продукції; пошуку альтернативних сировинних ресурсів, як тваринних, так і рослинних; підвищення харчової та біологічної цінності готових виробів; зниження собівартості готової продукції та інш. [2]. Зокрема, у зв'язку із відсутністю інформації про можливість використання у виробництві м'ясних напівфабрикатів типу «ковбаски-гриль» рослинної сировини, а саме борошна морквяного та гарбузового, необхідно провести аналітичні та лабораторні дослідження щодо можливості та ефективності їх використання у технології ресторанного господарства.

Моніторинг інформаційних джерел показав, що серед перспективних інгредієнтів для виготовлення м'ясних січених напівфабрикатів можуть бути борошно із моркви та насіння гарбуза.

Морквяне борошно – це ретельно висушена і перемелена органічна морква. Таке борошно зберігає всі вітаміни та корисні речовини сировини. Морквяне борошно характеризується високою кількістю всіх мікроелементів та харчових речовин, що містяться в свіжому продукті. Воно має цілющий вплив на організм і на відміну від первинного вигляду коренеплоду, засвоюється набагато легше і швидше. Споживання продуктів харчування з такої муки здатне компенсувати дефіцит багатьох життєво необхідних мінералів та речовин. Містить вітамін А,

групу В, С і К, антиоксидант Е, бета-каротин і ряд мінералів (калій, бор, мідь, фтор, натрій, фосфор), тощо.

Висока біологічна та харчова цінність гарбузового борошна обумовлена його унікальним складом з понад 50 макро-і мікро-елементів, серед яких провідні позиції займають цинк, залізо, магній, фосфор, кальцій та селен. Гарбузове борошно володіє бактерицидною, протизапальною, протипаразитарною, проти-алергічною та протипухлинною властивостями [3, 4, 5].

Хімічний склад відібраних компонентів передбачає наявність технологічних якостей, придатних для використання їх у виробництві м'ясних напівфабрикатів «ковбаски-гриль», що планується довести у результаті досліджень.

### **Список використаних джерел**

1. [www.apk-inform.com](http://www.apk-inform.com) – Інформаційно-аналітичне агентство «АПК-Інформ».
2. ТИ 9214-039-13160604-02. Полуфабрикаты мясные рубленные в оболочке и панированные.
3. Шипулин В. И. Принципы разработки альтернативных вариантов рациональных технологий мясных продуктов нового поколения с адаптированными пищевыми добавками : дисс. ... доктора техн. наук / В. И. Шипулин. – Ставрополь, 2009. – 465 с.
4. Никитина А. В. Мясные полуфабрикаты функционального назначения / А. В. Никитина, Н. Г. Азарова, М. М. Ткачук // Наувідчрт еынч Одесской национальной академии пищевых технологий. – Одесса, 2010. – Вип. 46, т. 2. – С. 168–170.
5. Химический состав пищевых продуктов. Справочные таблицы содержания основных пищевых веществ и энергетической ценности пищевых продуктов / под ред. А. А. Покровского. – Москва : Пищевая промышленность, 1977.

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ МАРИНАДІВ ДЛЯ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ**

**І. О. Комурко**, студент спеціальності 181 «Харчові техноло-  
гії», група ТРГ м -51

**І. В. Чоні**, науковий керівник, доцент кафедри технологій хар-  
чових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універ-  
ситет економіки і торгівлі»

Останнім часом на ринку м'ясних напівфабрикатів спостері-  
гається постійне збільшення асортименту. Така ситуація пояс-

нюється підвищеним попитом споживачів, у яких, залишається все менше й менше часу на приготування їжі. Сьогодні м'ясні напівфабрикати, які представлені, можна об'єднати в дві групи: натуральні напівфабрикати (великошматкові, порційні); січені напівфабрикати (з начинкою і без).

Як відомо, всього 15 % м'ясної сировини має високі технологічні властивості і може бути в подальшому придатна для підігріву. Ці м'ясні напівфабрикати містять мало сполучної тканини і, відповідно, з'єднувально-тканинних білків, а у першу чергу, колагену. Саме руйнування колагену і призводить до розм'якшення м'язової тканини. Частини м'яса, в яких колаген дуже стійкий, непридатний для смаження. У яловичині це на-самперед тазостегнова, лопаткова і підлопаткова частини та крайка [1].

Сьогодні кухарі використовують різні способи розм'якшення м'ясної тканини при приготуванні смажених виробів. Це можуть бути: механічні, біохімічні і кулінарні способи. Одним з найбільш поширених способів тендирізації (надання м'якої консистенції, для різних груп харчових продуктів, в першу чергу, для м'ясної сировини) в даний час, є біохімічний. Який передбачає використання рослинних кислот, прянощів або приправ. Відомо, що кислоти дозволяють прискорити процес переходу колагену у розчинну форму – глютин. Тому для зміни структурно-механічних властивостей м'ясної сировини використовують різні види маринадів, що мають кисле середовище.

Маринад – це суміш спецій, солі і кислоти на рідкій основі чи у сухому вигляді. Основними компонентами маринаду, що впливають на технологічні характеристики, органолептичні властивості та вихід – є сіль та кислота. Ці компоненти, перш за все, надають продукту специфічні органолептичні та технологічні властивості. До складу маринадів входять часто прянощі, зелень, сіль, ароматизатори, ферменти, різні добавки, рослинна олія, засоби для зберігання свіжості.

Маринування – більш складний процес, і в першу чергу він використовується для додання стравам додаткових відтінків смаку. Тому поряд із сіллю як інгредієнти використовуються: кислоти (оцтова, винна, яблучна і т. д.); прянощі, спеції та інші приправи.

Оцтова кислота надає м'ясу жорсткості, а також неприємний оцтовий присмак, тому її використання є небажаним. Набагато



краще для м'яса використовувати винний оцет або сухе вино. Як джерело кислоти підійдуть також кефір, соєвий соус, гірчиця, плоди ківі. Широко використовуються фруктові соки – виноградний, гранатовий, апельсиновий, томатний.

Класичний маринад для надання смаку складається із вина, моркви, цибулі, часнику, олії та інших спецій і прянощів. Маринад даного типу можна використовувати для червоного м'яса, домашньої птиці, дичини. Процес обробки полягає в тривалому витримуванні продуктів, повністю зануреними у маринад протягом тривалого часу.

Порівнюючи всі види маринадів шляхом експериментальних досліджень зупинилися на маринаді до складу якого входить гірчиця, добре розм'якшує жорстке м'ясо. А також цей продукт сприяє кращому проникненню всередину різних приправ і спецій. Змащений гірчицею заморожений шашлик практично не відрізнити від свіжого. Цей варіант нами обрано як один із кращих.

У результаті такої обробки м'ясо набуває ніжної консистенції, покращені органолептичні показники, такі як запах і смак, крім того легше перетравлюється і краще засвоюється організмом, що дуже важливо для людей ослаблених і з порушеннями роботи шлунково-кишкового тракту. Фермент (тобто проведення тендеризації) також розщеплює елементи з'єднувальної тканини, що також впливає на якість м'яса та його поживні властивості. У процесі ферментної тендеризації підвищується ступінь його гідратації (вологоутримаюча здатність), що значно впливає на такий показник якості готових м'ясних виробів, як соковитість.

На даний час на ринку України пропонують велику кількість нових видів маринадів та способів їх використання, але, все ж таки, залишається відкритим питання про розробку нових способів маринування, які б продовжували термін зберігання продуктів, збільшували їх вихід та покращували органолептичні і технологічні характеристики.

### **Список використаних джерел**

1. Пасічний В. М. Перспективні напрямки виробництва м'ясних та м'ясо-рослинних напівфабрикатів / В. М. Пасічний // Мясное Дело. – 2009. – № 8. – С. 15–19.
2. Технология полуфабрикатов из мяса птицы / (Гущин В. В., Кулишев Б. В., Маковеев И. И., Митрофанов Н. С. – Москва : Колос, 2002. – 200 с.

## РОЗРОБЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕЧИВА З ПОРОШКОМ ТОПІНАМБУРА

**І. В. Кражан**, студентка спеціальності «Технології в ресторанному господарстві», група ТРГм -61

**А. Л. Рогова**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. е. н., Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Важливою проблемою сьогодення є оптимізація харчового статусу різних груп населення з точки зору корекції дефіцитів в основних харчових речовинах. Це пов'язано зі зниженням споживання біологічно цінних продуктів – м'ясних, рибних, молочних та ін. Тому виникає необхідність корегування раціону населення України з метою збагачення корисними речовинами. Перспективним об'єктом модифікації з формуванням функціональних властивостей є борошняні кондитерські вироби, які є продуктами регулярного споживання. Ця група виробів має основний недолік – низький вміст важливих нутрієнтів. Тому пріоритетним напрямком покращення біологічної цінності є включення в рецептуру сировинних компонентів, що є носіями корисних речовин.

Одним із шляхів створення дієтичних кондитерських виробів може бути використання інуліновмісної сировини, яка сприяє зниженню рівню цукру в крові, це – топінамбур.

Хімічний склад топінамбура змінюється в залежності від біологічних особливостей сорту, кліматичних факторів. У середньому кількість сухих речовин в бульбах становить 19...30 % від сирової маси, вуглеводів – 16,9, жирів – 0,1, білків – 2,3, мінеральних речовин – 1,1 [1]. Вуглеводний комплекс представлений (% від сухої маси): інулін – 48,3; крохмаль – 1,1; пектинові речовини – 2,1; клітковина – 8,8; моносахариди – 0,7. У топінамбурі багато вітамінів (каротину, біотину), макро- і мікроелементів.

Метою досліджень є розроблення технології виробу, збагаченого на важливі нутрієнти за рахунок використання порошку топінамбура. Як продукт-аналог обрано пісочне печиво (рецептура № 8 [2]).

Дослідженню підлягали зразки пісочного печива з додаванням порошку топінамбура в кількості 5, 10, 15 та 20 % від за-

гальної маси сировини. Масова частка цукру в порошку топінамбура складає 72,0 %, тому знижували еквівалентну за сухою речовиною кількість цукру в похідній рецептурі. Оцінку якості проводили у порівнянні зі зразком без добавки. Визначення показників якості досліджуваних зразків проводили за стандартними методиками.

Результати досліджень показали, що внесення порошку топінамбура сприяє збільшенню вологості печива з 5,7 % у контролі до 7,4 % у виробі з 20 % добавки. За значенням вологості зразок з 20 % добавки не відповідає вимогам нормативної документації [3]. Підвищення вологості виробів пояснюється високим вмістом у них харчових волокон – целюлози, пектинів, клітковини, які мають високу вологоутримувальну здатність.

Присутність харчових волокон сприяє покращенню структурно-механічних властивостей печива. Зокрема, у виробих з додаванням порошку топінамбура відмічається підвищення намоочуваності та зниження щільності, що можна пояснити тим, що система тіста для здобного печива містить мало води, яка під час замішування швидше поглинається харчовими волокнами ніж борошном. Це обмежує набрякання білків борошна і сприяє утворенню більш розпушеної структури.

Аналізуючи вплив порошку топінамбура на фізико-хімічні властивості здобного печива можна зробити наступні висновки. По-перше, знижуються втрати води під час випікання виробів, що сприяє збільшенню виходу продукції і дозволяє економити сировину. По-друге, дозування добавки покращує пористість та розсипчастість випеченої продукції.

При розробленні нової продукції крім перевірки її відповідності вимогам нормативної документації визначали органолептичні показники печива з різним вмістом в рецептурі порошку топінамбура. Вироби мають гарний об'єм, добре розвинену пористість, правильну форму, смак і запах, які майже не відрізняються від контролю при дозуванні добавки до 15 % від загальної кількості сировини.

На основі проведених досліджень запропоновано рецептуру печива «Ласунка» з додаванням 15 % порошку топінамбура від загальної кількості сировини зі зменшенням рецептурної кількості цукру та борошна. Новий продукт відрізняється від аналога більш високим вмістом білків, мінеральних речовин, харчових волокон, наявністю інуліну.

### Список використаних джерел

1. Гніцевич В. А. Нові дані про хімічний склад плодів топінамбура / В. Гніцевич, О. Васильєва // Вісник ДонДУЕТ. – 2011. – № 1(9). – С. 78–82.
2. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – Санкт-Петербург : Гидрометеиздат. – 2008. – 300 с.
3. ДСТУ 3781:2014. Печиво. Загальні технічні умови. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2015. – 20 с.

### ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СПОСОБІВ ОБРОБКИ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ НА ОСНОВІ БЕРЕЗОВОГО СОКУ

**Н. О. Ксьонзенко**, студентка спеціальності 181 «Харчові технології», групи ТРГм -51

**Т. Ю. Суткович**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасному світі, в зв'язку з погіршенням умов навколишнього середовища, важко забезпечити організм людини оптимальною кількістю необхідних поживних речовин за рахунок традиційних продуктів харчування. Тому представляється доцільною розробка спеціальних продуктів харчування, які надають сприятливий вплив на організм людини.

Повноцінне і збалансоване харчування, з врахуванням його лікувально-оздоровчих функцій, вимагає поповнення раціону кожної людини близько 500 нутрієнтами [1]. Значна кількість їх міститься в натуральній рослинній сировині: овочах і фруктах, лікарських рослинах, зернопродуктах, відходах виробництва та ін.

Серед більшості сировини, яку використовуються для приготування функціональних напоїв, заслуговують на увагу біологічно активні рослини. Це обумовлено кількома причинами: по-перше, кращим перенесенням природних сполук у порівнянні із синтетичними; по-друге, рослини володіють більш повноцінною дією за рахунок комплексу БАР, які утворилися в процесі довготривалої еволюції. Такі якості відсутні у штучних компонентів, які застосовуються для приготування напоїв [2].

На сьогоднішній день існує багато соків, які за своєю природою не дуже багаті необхідними для людського організму нутрієнтами. Одним із таких є березовий сік. Тому доцільним є його насичення корисними компонентами дикорослих ягід.

Для забезпечення безвідходних технологій, які є актуальними сьогодні, ми запропонували удосконалити процес екстракції вторинної сировини дикорослих ягід за рахунок використання ультразвукової та вакуумної обробки протягом певного проміжку часу. За контроль слугувала екстракція, проведена при кімнатній температурі.

Метою роботи є удосконалення технології отримання функціональних напоїв на основі березового соку шляхом використання вторинної дикорослої сировини, а саме плодів обліпихи, аронії, шипшини, ожини з метою збагачення їх БАР.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити низку взаємопов'язаних завдань: провести літературний пошук за темою дослідження; теоретично обґрунтувати доцільність використання нетрадиційної рослинної сировини для приготування функціональних напоїв з метою підвищення їх харчової та біологічної цінності; вивчити хімічний склад та функціональні особливості дикорослої сировини; дослідити вплив вакуумної та УЗ-обробки на фізико-хімічні показники отриманих напоїв.

Результати досліджень відображені в таблиці 1

**Таблиця 1 – Зміни фізико-хімічних показників напоїв, в залежності від способу попередньої обробки**

№п/п	Показники	Сік березовий	Вторинна сировина	Методи попередньої обробки			
				Вари- ант 1	Вари- ант 2	Вари- ант 3	Вари- ант 4
Обліпиха							
1	Сухі речовини, %	5,0	10,0	6,8	7,7	6,0	5,8
2	Титрована кислотність	0,1	0,73	0,44	0,48	0,43	0,43
3	Вміст L-аскорбінової кислоти, мг/100 г	–	59,0	20,8	24,4	20,6	18,97
4	В'язкість, м <sup>2</sup> /с·10 <sup>-6</sup>	6,43	–	6,47	6,50	6,43	6,41
5	Кольоровість, од. опт. густ	0,005	–	0,4	0,6	0,4	0,1
6	Прозорість, %	95	–	20,0	18,3	21,5	29

Варіант 1 – обробка у вакуумі при тиску 0 кПа, протягом 120 хв;  
Варіант 2 – обробка ультразвуком, протягом 30 хв  
Варіант 3 – екстракція при  $t = 40\text{ }^{\circ}\text{C}$  протягом 120 хв;  
Варіант 4 – екстракція при  $t = 20\text{ }^{\circ}\text{C}$  протягом 120 хв;

Аналізуючи отримані дані можна стверджувати, що використовуючи інноваційні способи обробки вторинної сировини, яка раніше мало використовувалась, можна отримати напій, який багатший на 36...54 % (в залежності від виду обробки) вмістом L-аскорбінової кислоти від березового соку; має збільшений вміст органічних кислот, розчинних сухих речовин. Тому застосування обраних методів попередньої обробки вторинної сировини є доцільним, актуальним та такими, які виправдали наші очікування.

### Список використаних джерел

1. Домарецький В. А. Технологія екстрактів, концентратів і напоїв із рослинної сировини [Текст] : підр. / В. А. Домарецький, В. Л. Прибильський, М. Г. Михайлов ; за ред. В. А. Домарецького. – Вінниця : Нова Книга, 2005. – 408 с.
2. Капрельянц Л. В. Функціональні продукти [Текст] : монографія / Л. В. Капрельянц, К. Г. Горгачова. – Одеса : Друк, 2003. – 312 с.

### РИСОВЕ БОРОШНО В ТЕХНОЛОГІЇ БІСКОТТИ

**А. Д. Кудрик**, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм-51

**В. М. Шелудько**, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. т. н., доцент – науковий керівник

Одним із перспективних напрямків у збагаченні борошняних кондитерських виробів біологічно активними речовинами є використання рисового борошна. За біологічної цінності рисове борошно займає провідне місце серед інших видів злакової борошна. Це – джерело широкого спектра природних мікроелементів, вітамінів і мінеральних речовин, що робить рисове борошно виключно корисним для харчування людей різного віку, і особливо дітей. У 100 г рисової муки містяться: білки – 5,95 г; жири – 1,42 г; вуглеводи – 80,13 г. Енергетична цінність рисової муки – 366 кКал. Зміст вітамінів: В1 (тіамін) – 0,138 мг В2 (рибофлавін) – 0,021 мг В4 (холін) – 5,8 мг В5 (пантотенова кислота) – 0,819 мг В6 (піридоксин) – 0,436 мг В9 (фолієва кисло-

та) – 4 мкг РР – 2,59 мг Е (токоферол) – 0, 11 мг, клітковини (до 1 %) і моно- і дисахаридів (до 0,4 %) [1].

Поряд з такими уже відомими в Україні маффінами і капкейками серед борошняних кондитерських виробів збільшується популярність і біскотті [2]. Біскотто (італ. Biscotto) – популярний італійський виріб, що представляє собою сухе печиво з характерною довгою і вигнутою формою. Слово «біскотті» походить від середньовічного латинського слова *biscostus*, що означає «двічі випечене печиво». Біскотті беруть свій початок від цукерок з мигдалю покритих глазур'ю з меду і спецій, які готували на бенкети в Стародавньому Римі. Використання мигдальних цукерок для урочистих зібрань природним чином перейшло до менш забезпечених верств населення, що відбилося на зовнішньому вигляді цукерок: вони перетворилися в більш дешеву випічку з мигдалем. Біскотті – це загальна назва печива в Італії. Історики вважають, що італійські біскотті вперше були приготовлені в XIII столітті в місті під назвою Прато (Тоскана). Оскільки біскотті тривалий час зберігались – 3–4 місяці, то найчастіше вироби використовували в довгих подорожах.

Основними інгредієнтами для приготування біскотті є борошно, цукор, яйця, неочищений мигдаль, пінолі. Технологічна схема приготування біскотті складається з послідовності наступних операцій: підготовка сировини до виробництва, дозування, заміс тіста, формування тіста у вигляді батона, випікання, охолодження, нарізання, випікання, охолодження, зберігання [3].

Проведений аналіз літературних джерел свідчить, що використання рисового борошна в технології борошняних кондитерських виробів є перспективним напрямом для підвищення харчової цінності біскотті.

### Список використаних джерел

1. Карпюк Г. С. Удосконалення технології капкейків за рахунок додавання рослинної сировини / Г. С. Карпюк, В. М. Шелудько // 36. наук. статей магістрів ф-ту ХТГРТБ ПУЕТ за результатами 2016–2017 н. р. – Полтава : ПУЕТ, – С. 129–132.
2. Шелудько В. М. Нові види борошняних кондитерських виробів в Україні / В. М. Шелудько // Хранение и переработка зерна. – 2011. – № 6. – С. 30–32.
3. Муха Ю. Ю. Особливості технології біскотті і кантуччі / Ю. Ю. Муха, В. М. Шелудько // Наука і молодь в XXI сторіччі : тези доповіді II Міжнародної молодіжної науково-практичної Інтернет-конференції – Полтава, ПУЕТ, 2016, – С. 228.

## ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ КЕКСІВ

**К. В. Моргун**, студентка спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГм-51

**А. Л. Рогова**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. е. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У групі борошняних кондитерських виробів значне місце належить кексам. Проте відомо, що ці вироби містять досить велику кількість вуглеводів та жирів, характеризуються високою калорійністю. Вміст біологічно цінних речовин, корисних для організму людини, незначний. Тому важливою проблемою відповідно до вимог раціонального збалансованого харчування є підвищення біологічної цінності кексів за рахунок використання натуральних добавок.

Перспективним є пошук нової сировини, яка відрізнялась би дешевизною, високою харчовою та біологічною цінністю та доступністю. До таких продуктів відносяться овочі, фрукти і ягоди.

Морква – високо цінний дієтичний продукт. При повсякденному споживанні моркви поліпшується загальний обмін речовин в організмі людини, підвищується його опірність захворюванням. За вмістом каротину морква перебільшує всі інші овочі. У моркві багато солей калію, необхідних при хворобах серця, судин і нирок. Морква відрізняється високим вмістом харчових волокон. Ці біологічно активні речовини здатні сповільнювати ріст бактерій і грибків, вони зміцнюють імунну систему, захищають її від вільних радикалів, сприяють кровообігу в судинах.

Фрукти і ягоди займають у цілому незначну питому вагу в нашому раціоні. Значення фруктів і ягід обумовлено вмістом вуглеводів (глюкоза, фруктоза, клітковина, пектин), вітамінів і мінеральних елементів. Фрукти і ягоди – джерело вітаміну С (цитрусові, чорна та червона смородини, обліпиха). Деякі фрукти і ягоди багаті каротином (обліпиха, шипшина). Барвні речовини багатьох фруктів і ягід мають бактерицидну дію (чорниця, червоний виноград, чорна смородина). Калій міститься у персиках, чорній смородині, винограді. Заліза багато в чорниці, черво-



ній смородині. Деякі плоди мають фармакологічну дію, наприклад, червона смородина сприяє зниженню кров'яного тиску. У ягодах червоної смородини є яблучна й лимонна кислоти, досить багато цукру, значна кількість пектину.

Таким чином, для збагачення кексів пропонуємо моркву і червону смородину (порічки) (табл. 1).

**Таблиця 1 – Хімічний склад рослинної сировини [1]**

Сировина	Мінеральні речовини, мг						Вітаміни, мг				
	Na	K	Ca	Mg	P	Fe	β	B <sub>1</sub>	B <sub>2</sub>	P	C
Морква	65,0	234,	46,0	36,0	60,0	1,4	1,10	0,1	0,02	1,0	5,0
Червона смородина	21,0	275,	36,0	17,0	33,0	0,9	0,20	0,01	0,03	0,20	25,0

Але хімічний склад овочів, фруктів і ягід залежить від багатьох факторів: сорту, кліматичних умов, регіону вирощування. Тому на першому етапі досліджень визначали фактичний вміст сухих речовин і вітаміну С у моркві сорту каротель і червоний смородині сорту булонська (табл. 2).

**Таблиця 2 – Вміст сухих речовин вітаміну С і в моркві та червоній смородині**

Сировина	Сухі речовини, %	Вітамін С, мг/100 г
Морква	11,9	5,28
Червона смородина	27,1	23,60

Аналіз даних отриманих даних свідчить, що вміст вітаміну С в продуктах знаходиться в межах норми [2, 3]. Вміст сухих речовин у червоних порічках не відповідає чинному стандарту (14,6), враховуючи, що сировина використовувалася після розморожування, тобто частина вологи виморозилася у процесі зберігання.

Враховуючи, що моркву планується додавати у вигляді пюре після теплового оброблення, додатково було проведено дослідження вмісту вітаміну С у моркві, запеченій у духовій шафі (4,05 мг) та у НВЧ-печі (4,58 мг). Вміст сухих речовин у моркві, запеченій в духовій шафі, складає 18,4 %, у НВЧ-печі – 12,8 %. Тобто, доцільним є використання НВЧ-нагріву для збереження вітаміну С.

Таким чином, моркву і червоні порічки можна запропонувати для збагачення виробів з кексового тіста. У подальших дослідженнях планується визначити концентрацію і стадію введення добавки.

### **Список використаних джерел**

1. Скурихин И. М. Химический состав пищевых продуктов / И. М. Скурихин. – Москва : Агропромиздат, 2002. – 236 с.
2. ДСТУ 7035:2009. Морква свіжа. Технічні умови. – Київ : ІОБ УААН. – 2010. – 14 с
3. ДСТУ 4722:2007. Порічки червоні та білі свіжі. Технічні умови. – Київ : ІОБ УААН. – 2008. – 10 с.

## **РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТУ З ВИКОРИСТАННЯМ ОВОЧЕВОГО ПЮРЕ**

**Д. А. Одуд**, студент спеціальності 181 «Харчові технології», група ТРГ м -51

**А. Л. Рогова**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. е. н.

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Фізіологічні потреби людини в основних харчових речовинах змінюються разом з умовами життя та праці, з екологічною ситуацією. Постійно відбуваються зміни виду та якості сировини і продуктів харчування, технологічні прийоми їх переробки, що впливає на їх харчову цінність. Перед фахівцями харчової промисловості стоїть завдання: забезпечити захисну та оздоровчу функцію харчуванню в цілому. Певним попитом серед населення України користуються бісквітні вироби. Розробка технології бісквітних напівфабрикатів підвищеної харчової цінності є актуальною. Це може здійснюватися за рахунок сировини рослинного походження.

Однією з культур з високими вмістом мікронутрієнтів є гарбуз. Його м'якоть містить сухої речовини 6...20 %, клітковини – 0,7...1 %, моно- и дисахаридів – 4...6 % [1]. У гарбузі багато пектину. Плоди гарбуза багаті каротином (від 3 до 9 мг, у деяких сортів – 38 мг). Гарбуз містить залізо (0,4 мг), також в ньому є калій, кальцій, фосфор, магній, цинк, мідь, йод, кобальт. У ньому містяться вітаміни групи В, Е, D, РР, С, фолієва кислота.

Метою досліджень є створення нового виду бісквітного напівфабрикату з додаванням пюре з гарбуза. В якості продукції-аналогу обрано бісквіт основний № 1 [2] та бісквітний напівфабрикат, виготовлений на його основі з додаванням пюре з гарбуза.

Для приготування пюре очищений гарбуз припускають, протирають крізь сито. Отримане пюре має вологість 85 %. Наявність у гарбузі пектину дозволяє знижувати вміст яєць в рецептурі бісквіту. Значна кількість цукрів робить доцільним зменшити вміст цукру. У зв'язку з цим проводили дослідження з введення пюре з гарбуза у кількості 5, 10, 15, 20, 25 % від загальної кількості сировини зі зменшенням частки яєчно-цукрової суміші в рецептурі. Визначення показників якості проводили за стандартними методиками.

На першому етапі досліджень встановлювали вплив гарбузового пюре на здатність білків утворювати піну. Додатку вводили на початку збивання яєчно-цукрової маси.

Встановлено, що введення навіть 5 % гарбузового пюре покращує піноутворювальну здатність яєчно-цукрової суміші на 2 %. У зразках з 10 та 15 % пюре цей показник зростає на 5 і 8 % відповідно. На наш погляд це пояснюється наявністю у пюре з гарбуза пектинових речовин, яким притаманні поверхнево-активні властивості. У зразках з більш високою концентрацією гарбузового пюре піноутворювальна здатність дещо знижується, що пояснюється достатньо високою вологістю добавки порівняно з яєчно-цукровою сумішшю, вміст якої знижується. Перенасичення вологою при збиванні призводить до утворення крупних пор, вкритих занадто тонким шаром плівки. Пори під власною масою осідають, що і викликає погіршення піноутворювальної здатності.

Важливою характеристикою пінних систем, до яких відноситься бісквітне тісто, є їх стійкість – здатність зберігатися протягом часу. Для встановлення стійкості піни проводили два типи досліджень. По-перше, досліджували, як зберігаються зразки піни протягом години за висотою стовпчика піни після збивання. По-друге, визначали показник піностійкості ( $y$  %) за відношенням об'єму піни, що зберігалася протягом години, до її об'єму відразу після збивання.

У контрольному зразку руйнування піни починається помітно вже через 30 хв зберігання. При збільшенні дозування гарбузового пюре руйнування піни відбувається повільніше, а в

зразку з 10 % добавки воно починається на 10 хв пізніше, ніж у контролі. Найбільш стабільною за зміною висоти піни у часі виявився зразок з 15 % пюре. Зразки з вмістом добавки 20 та 25 % руйнуються швидше.

Найбільш стійким до руйнування є зразок з 15 % добавки – значення його піностійкості на 23,9 % вище, ніж у контрольному зразку. У зразках з 20 та 25 % пюре спостерігається зниження піностійкості відносно зразка з 15 % пюре, що корелює з отриманими при визначенні піноутворювальної здатності залежностями. Між тим, порівняно з контролем, значення досліджуваного показника в цих зразках більше на 16,4 та 8,0 % відповідно.

Таким чином, дослідження змін властивостей яєчно-цукрової суміші для приготування бісквітного напівфабрикату з гарбузовим пюре і відповідному зниженню частки яєчно-цукрової суміші показали, що добавка позитивно впливає на якість піни за рахунок вмісту в ньому пектинових речовин. Це дозволить суттєво скоротити витрати яєць та цукру і відповідно знизити собівартість продукції.

### Список використаних джерел

1. Химический состав пищевых продуктов: Справочник / под ред. И. М. Скурихина, В. А. Тутельяна. – Москва : ДеЛи принт, 2002. – 236 с.
2. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – Санкт-Петербург : Гидрометеиздат. – 2008. – 300 с.

### ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ХЕНОМЕЛЕСУ У ПРИГОТОВАННІ НАТУРАЛЬНИХ ЗАКУСОК ЗГРИБІВ

**Е. Ю. Олійник**, студентка напряму підготовки 181 «Харчові технології в ресторанному господарстві», група ТРГ-51 м  
**Ю. Г. Наконечна**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв та ресторанного господарства, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Харчування – життєво важлива потреба людини поряд з диханням. Воно включає в себе не тільки власне споживання їжі, але і складні процеси її перетравлення, всмоктування і засвоєння в організмі.

Об'єктом досліджень були мариновані салати по-корейськи. Незважаючи на свою гостроту і специфічність, вони придбали неймовірно велику популярність в різних країнах світу. Корейські салати готуються не тільки з сирих, а і з квашених, маринованих і варених овочів. Основні компоненти салату нерідко доповнюють грибами, рибою або м'ясом.

Існує безліч варіацій маринованих страв по-корейськи з використанням грибів.

Гриби по-корейськи – пряна маринована закуска, що демонструє тенденції азіатської кулінарії. Це означає, що вона проста в приготуванні і, крім основних компонентів, включає до свого складу овочі, спеції, прянощі та різноманітні кисло-солодкі маринади, які надають страві тонкий аромат, пікантність і характерний смак [1].

Маринування грибів передбачає використання в якості консерванту оцтову кислоту. В цьому випадку смак грибів буває не таким різким, та й наявність самої кислоти і спецій надають їм характерні смак і запах. Кисла їжа важка для засвоєння і зрушує кислотно-лужну рівновагу внутрішнього середовища організму в кислоту сторону і сприяє розвитку хвороб шлунково-кишкового тракту.

Оцет – це рідина, що отримується в результаті впливу оцтовокислих бактерій на спиртовмісні сировину (натуральний оцет), так само спирт можна отримати хімічним шляхом (синтетичний). Синтетичний – найпопулярніший серед всіх видів оцтів. Адже він набагато дешевше і доступніше пересічному споживачеві. Синтетичний оцет роблять на основі мінеральних добрив з природного газу або нафти. Оскільки оцет – це кислота, то вона може викликати подразнення слизової або навіть опіки, якщо його вживати у великих кількостях. Тому головний друг і товариш яблучного одного – помірність.

Оцет протипоказаний тим, хто страждає циститом і проблемами з нирками. Адже кислота підсилює сечовипускання, приживанні кислого продукту сечовипускання почастишає.

Кращий варіант – страви без оцту з використанням продуктів, що володіють достатньою кислотністю. Для різних страв і способів застосування можна знайти свій замінник. Якщо для салатів, то просто щось кисле на смак: лимонний сік, журавлинний, свіжовичавлений гранатовий. Втім, цей список можна продовжити, наприклад хеномелес.

Хеномелес або айва японська – плодово-ягідна культура, плоди якої використовують як харчовий продукт. Сік стиглих плодів рослини має імуномодулюючу, протизапальну, діуретичну дію, очищає стінки судин від склеротичних бляшок. Плоди айви нерідко називають «північними лимонами» через кислого смаку. Хеномелес – чемпіон за кількістю аскорбінової кислоти. У порівнянні з апельсином і лимоном, вітаміну С в айві в кілька разів більше. Значно більше і заліза в плодах айви, ніж в яблуках і грушах, що робить можливим вживання айви при анемії, виснаженні.

У високовітамінних плодах хеномелесу містяться біологічно активні речовини, серед яких високий відсоток вітаміну С (98–150 мг %), яблучної, тартронової, лимонної та інших органічних кислот. Домінуючої серед органічних кислот є яблучна, частка якої становить 64 %, майже 31 % займає хінна кислота. В меншій кількості (3 %) виявлені лимонна та янтарна кислоти [2]. Така кількість органічних кислот обумовлює кислий смак плодів хеномелесу.

Проаналізувавши хімічний склад, кислотний склад, хеномелес можна з впевненістю сказати, що він є потенційною сировиною для використання його в якості замітника оцтової кислоти в приготуванні натуральних закусок з грибів.

### **Список використаних джерел**

1. Mc Connell J. E. Esselen W. B. Carbohydrates in cultivated mushrooms, Food – 2015. – Vol. 5, № 12. – P. 118–121.
2. Хомич Г. П. Використання відходів сокового виробництва з хеномелесу в технології борошняних виробів / Г. П. Хомич, О. М. Горобець // Харчові технології: продукти і комбікорми : міжн. наук.-практ. конф. – Одеса, 2016. – С. 20–22.

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

**А. О. Сопітько, І. В. Федченко**, студенти напряму підготовки «Біотехнологія», група БТ-21

**А. Б. Бородай**, науковий керівник, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, к. вет. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Незважаючи на широкий асортимент і привабливі упаковки товарів, коли йдеться про харчові продукти – покупці все більше

відчувають невпевненість щодо оздоровчих та смакових властивостей продукту [1].

Мікробіологічні ризики та харчові захворювання, які є їх результатом, – це нагальна проблема сьогодення, оскільки протягом останніх десятиріч кількість захворювань, викликаних мікроорганізмами, які передаються через їжу, значно розширилась. Серед нових проблем, що пов'язані із забезпеченням мікробіологічної безпеки харчових продуктів, можна виділити наступні. Перш за все, людство само активізує процес пристосування і мінливості мікроорганізмів: наприклад, антибіотикостійкість, терморезистентність (відповідь на пастеризацію), токсиноутворення (як вид мікробного антагонізму). Невиправдане і нерегульоване прагнення до підвищення строків придатності продуктів також підвищує ризик харчових отруєнь. Водночас помітно послаблюється опірність організму до інфекційних захворювань, які пов'язані з погіршенням структури харчування [2].

Слід зазначити, що кожен продукт має свій особливий тип мікробіоценозу, який включає в себе звичайні корисні мікроорганізми, роль яких полягає у захисті продукту від інших видів мікробіологічного забруднення. В той же час, за умов недотримання режимів виготовлення, зберігання, транспортування продукту природні механізми захисту втрачаються, в продукті починають розмножуватися патогенні мікроби.

Так, яйця та продукти, що з них виготовлені, можуть бути джерелом харчових отруєнь та токсикоінфекцій, їх забруднення відбувається ендогенним (в організмі птиці) або екзогенним шляхом (збудники проникають через пори в шкаралупі та підшкаралупній оболонці). При недотриманні правил зберігання до яйця можуть потрапляти спори плісняви, кишкова паличка, протейна паличка або інші патогенні мікроорганізми. Особливо небезпечним захворюванням, яке може нести в собі яйце, є сальмонельоз, при якому зараження яйця сальмонелою відбувається ще до формування шкаралупи.

Молоко та молочні продукти (сир, масло тощо) також можуть нести в собі небезпеку, оскільки можуть бути заражені збудниками бруцельозу, туберкульозу, лейкозу (група захворювань зооантропонозів), а також бути джерелом черевного тифу, дизентерії, холери (антропонозів). Також молоко може мати

умовно-патогенну мікрофлору, що викликає захворювання лише за певних умов, наприклад, при потраплянні до організму ослабленої людини. До таких мікроорганізмів належать патогенні стафілококи, стрептококи, бактерії родів сальмонела, ешерихія (*E. coli*), лістерія, протей (*Proteus*), клостридіум (*Cl. perfringens*), гриби роду *Fusarium*, *Aspergillus*, *Penicillium*.

М'ясо та м'ясні продукти можуть забруднюватися патогенними мікроорганізмами ще при житті тварини (ендогенний шлях) або вже після забою (екзогенне обсіменіння). При ендогенному зараженні м'ясо тварини містить патогенну мікрофлору не лише на поверхні, але й в глибоких шарах м'язових волокон. Екзогенне зараження відбувається під час забою тварини, обробки, зберігання або транспортування м'яса. В м'ясі мікрофлора може бути представлена коками, бактеріями групи кишкової палички, гнилісними спороутворюючими бактеріями, неспороутворюючими грамнегативними паличками, пліснявими грибами, дріжджами тощо. М'ясо може стати джерелом бруцельозу, ящуру, туляремії, сибірки та інших кишкових інфекцій або викликати сальмонельоз чи інші кишкові інфекції.

Особливо небезпечною є патогенна флора м'ясних, рибних консервів, яка може містити спороутворюючі мікроби, стафілококи, бактерії групи кишкової палички, бактерії роду *Proteus* та інших неспороутворюючих бактерій. Вживання консервів може стати причиною ураження ботулінічним токсином, який утворюється при перебуванні *Clostridium botulinum* в анаеробних умовах. Цей токсин є надзвичайно сильною отрутою, що уражає серцево-судинну та нервову системи людини і може призводити до смерті.

Навіть вода, яка є основою раціону кожної людини, може бути забрудненою – вона здатна викликати отруєння або слугувати джерелом інфекції. Наприклад, збудники таких кишкових інфекцій, як черевний тиф, холера, шигельоз, можуть тривалий час зберігатися у воді, не втрачаючи своїх патогенних властивостей.

Отже, всі основні групи продуктів харчування можуть становити для організму людини небезпеку з точки зору харчових отруєнь або інфекцій, тому контроль за мікробіологічним складом продукції повинен бути одним із перших завдань у виробників.



## Список використаних джерел

1. Гулий І. С. Основи валеології. Валеологічні аспекти харчування. Підруч. для студ. вищ. навч. закл. / І. С. Гулий, Г. О. Сімахіна, А. І. Українець ; Нац. ун-т харч. технолог. – Київ. – 2003. – 334 с.
2. Шевелева С. А. Анализ микробиологического риска как основа для совершенствования системы оценки безопасности и контроля пищевых продуктов : автореф. дис. док. мед. Наук : спец. 17.00.07 «Гигиена» / Светлана Анатольевна Шевелева. – 2007 – 46 с.

## ВАРЕНІ КОВБАСНІ ВИРОБИ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ

**Н. В. Онищук**, *магістр, спеціальності 181 «Харчові технології», гр. 17-1531-306*

**Н. С. Палько**, *науковий керівник, доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів, к. т. н. Львівський торговельно-економічний університет*

Одним із основних напрямів державної політики в галузі здорового харчування є створення інноваційних технологій харчових продуктів з направленим коригуванням хімічного складу і функціональних властивостей.

На сьогодні відомо, що раціон харчування населення країни в цілому та її окремих регіонів характеризується недостатнім вмістом білка, вітамінів, мінеральних речовин, харчових волокон та інших есенціальних факторів харчування людини[1].

Харчові продукти містять велику кількість хімічних сполук, які в різних ситуаціях можуть позитивно або негативно впливати на функціонування людини як в цілому, так і на його окремі органи, функції і системи; сприяти його життєдіяльності або навпаки, чинити пригнічувальну або навіть токсичну дію.

У зв'язку з цим одним із сучасних напрямків формування нового ринку м'ясопродуктів вченими відзначено перспективність створення збагачених і комбінованих м'ясних виробів із заміною частини дефіцитної м'ясної сировини харчовими добавками і наповнювачами. Перспективним напрямом створення таких продуктів є комбінування рослинної і тваринної сировини, що також забезпечує збалансованість складу.

Роботами зарубіжних та вітчизняних науковців А. Абдієва, Л. В. Антипової, Л. В. Баль-Прилипка, І. Горлова, В. А. Гніцевич, А. К. Д'яконової, В. О. Коваленко, Г. Ф. Коршунової,

Н. П. Лук'янченко, В. М. Пасічного, В. Г. Погрібняка, Н. В. Притульської, І. Я. Стромської, С. М. Сухлинського, В. О. Сукманова, О. А. Шалимової та інших доведено доцільність дослідження якості й безпечності м'ясопродуктів загалом і ковбасних виробів зокрема, вдосконалення їх споживних властивостей і перспективність застосування нетрадиційної сировини для підвищення біологічної цінності та якості харчових продуктів [2].

Аналізуючи стан ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні за останні роки, варто відмітити, що він демонструє деякі структурні зміни. Найбільшим попитом серед ковбасних виробів користуються варені ковбаси, сосиски та сардельки (до 65 % ринку). Саме тому, особливу увагу слід приділяти створенню варених ковбасних виробів функціонального спрямування [3].

Вченими ХДУХТ запропоновано використання гідроколідів та сумішей на їх основі у виробництві варених ковбасних виробів. Це забезпечує отримання якісного і економічно виправданого продукту. З урахуванням проведених досліджень встановлено позитивний вплив використання суміші «KrioMeat» СК 001 при виробництві м'ясного хліба на функціонально-технологічні властивості ковбасних виробів, а також визначено раціональну концентрацію використання суміші у їх складі – 1–2 % [4].

Розроблені технології варених ковбас із конини з використанням білково-поліцукридного комплексу (молочно-білкові концентрати і карагенани у гелевій формі). З додаванням цього комплексу підвищується водозв'язуюча здатність, харчова цінність і поліпшуються механічно-структурні властивості.

У літературі наведені дані наукових досліджень сумісного застосування бурякових харчових волокон і лактулози у рецептурах варених ковбасних виробів функціонального призначення.

Запропоновано виробництво варених ковбасних виробів із застосуванням зернобобової сировини – нуту, яка відрізняється раціональним співвідношенням білків, жирів і вуглеводів, макро- і мікроелементів, вітамінів і біологічно активних речовин [5].

Для запобігання йододефіциту рекомендовано додавання йодованої солі у ковбасу варену Діабетична вищого сорту (згідно рецептури 2 375 г на 100 кг несоленої сировини). Це дозволить ефективно вирішувати проблему профілактики різних захворювань, пов'язаних з дефіцитом йоду [6].

Актуальними є дослідження з обґрунтування рецептур і технологій на фаршеву систему варених ковбасних виробів без нітриту натрію або калію. Зростаюча проінформованість про потенційну шкоду консервантів для здоров'я людини сприяла проведенню досліджень ряду науковців. Так, запропонована удосконалена рецептура вареної діабетичної ковбаси, без нітриту натрію та калію, збагаченої нізином і корицею. Використання цих добавок як природних консервантів, які мають високі бактерицидні та пробіотичні властивості, дає можливість подовжити термін зберігання даних харчових продуктів, а також поліпшити їх харчову та біологічну цінність [7].

Отже, проблема вдосконалення технологій ковбасних виробів актуальна і багатогранна, що вимагає використання певних технологічних інновацій.

### **Список використаних джерел**

1. Баль-Прилипка Л. В. Сучасні напрями використання альгінатів в м'ясній промисловості / Л. В. Баль-Прилипка, Б. І. Леонова, Д. О. Грек // Мясное дело. – 2013. – № 2. – С. 8–9.
2. Холодова О. Ю. Формування споживних властивостей варених ковбасних виробів з використанням зернобобової сировини : автореф. дис. канд. техн. наук / Холодова О. Ю. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 22 с.
3. Кривошей В. М. М'ясні вироби в Україні (ринок, тенденції, упаковка) / В. М. Кривошей // Упаковка. – 2016. – № 1. – С. 7–10.
4. Желева Т. С. Технологічні аспекти використання гідроколідів та сумішей на їх основі у технологіях ковбасних виробів / Т. С. Желева, Н. О. Галушко // Молодий вчений. – 2017. – № 4. – С. 523–526.
5. Холодова О. Ю. Вплив добавки нуту на формування реологічних властивостей фаршу для виготовлення ковбаси вареної / О. Ю. Холодова // Товари і ринок : зб. наук. праць. – Київ : КНЕУ, 2010. – Вип. 1. – С. 146–151.
6. Фаріонік Т. В. Технологія виробництва варених ковбас з додаванням йодованої солі та її ветеринарно-санітарна експертиза / Т. В. Фаріонік // Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького. – 2016. – Т. 18. – № 3 (71). – С. 174–177.
7. Власенко В. В. Використання нізину у виробництві варених ковбас функціонального спрямування / В. В. Власенко, І. Г. Власенко // Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С. З. Гжицького. – 2016. – Т. 18. – № 2 (68). – С. 21–26.

## **СЕКЦІЯ 26. НОВІТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗЯХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ, БЕЗПЕКИ ЖИТТЯ ТА ОХОРОНИ ПРАЦІ**

---

### **ТЕХНОЛОГІЇ ОСОБИСТОЇ БЕЗПЕКИ**

**Д. І. Кухманський, Р. Ю. Федоренко, МО-21**

**Я. М. Бичков, к. т. н., доцент – науковий керівник**

Поняття особистої безпеки це не тільки захист від кримінальних зазіхань, але ще й створення запобіжних заходів забезпечення захисту від пожежі, вибуху й інших надзвичайних ситуацій.

Під час відпочинку люди найменше думають про свою безпеку, що іноді призводить до небажаних наслідків, пов'язаних з ризиком для життя. Головний принцип готельних систем безпеки – безпека не може створюватися за рахунок комфорту гостей. Саме тому готельні системи безпеки, як правило, суттєво відрізняються від звичайних, що застосовуються в офісах і на підприємствах. Система безпеки в готелі враховує багато компонентів. Це і люди (служба охорони), і замки в номерах та інших приміщеннях, і сейфи, якими можуть користуватися гості. Багато хто вважає також необхідним заходом – встановлення системи відеоспостереження, хоча це інколи викликає незадоволення клієнтів.

**Smart home** (розумний дім) – це набір програмно-апаратних засобів, які забезпечують автоматичне керування інженерними системами, світлом, побутовими приладами, системами безпеки та комфорту, а також мультимедійним середовищем.

«Smart home» для готелю – будівля зі зручними облаштованими кімнатами і зонами відпочинку для комфортного перебування відвідувачів.

Переваги системи «Smart House»: розподілений інтелект, відсутність центрального процесора; унікальний пристрій, що дозволяє керувати світлом, кліматом, системою безпеки, музикою, аудіо- та відео обладнанням; сенсор руху на 360 градусів, який може працювати на світло, клімат і систему безпеки. Сенсор освітленості економить електроенергію; спеціально розроблені додатки системи для використання на смартфон, планшет чи ноутбук.

Crestron – об'єднання роботи різних систем в єдине ціле з можливістю реалізації різних сценаріїв і режимів; різні види інтерфейсу, які можна налаштувати під певного гостя; можливість плавного розширення системи та переконфігурації при збільшенні або зміні списку завдань; велика номенклатура обладнання, що дозволяє підібрати оптимальну конфігурацію системи; наявність великої кількості шлюзів, драйверів, модулів управління, що дає можливість управляти будь-яким практичним периферійним обладнанням сторонніх виробників.

Legrand – продумана зручність управління системою; система централізованого управління всіма системами житла: освітленням, шторами, кондиціонерами, теплою підлогою, батареями опалення, водо- та газопостачанням (нейтралізація протікання води і витік газу, мультимедіа, домофонія, відеоспостереження; великий вибір дизайнерських рішень і колірних гам розеток і вимикачів для системи; за рахунок застосування власних розробок і технологій, вартість системи «My Home Legrand» дешевше на 35 % від інших виробників; керування системою можна проводити через смартфон, ноутбук чи планшет.

Inels – дозволяє управляти не тільки освітленням, кондиціонерами або доступом в номер, але також аудіосистемою і телевизором завдяки центральній сенсорній панелі; шинна система з витими парами, яку можна розширювати з побажаннями замовника; дистанційне керування за допомогою ПК, смартфонів і планшетів; екологічність та енергозбереження; управління і контроль на екрані телевизора; імітація присутності.

Domintell – чудовий дизайн (кнопкові вимикачі, дисплеї і пульти дистанційного управління); легкість установки та експлуатації; доступна ціна.

Amx – дозволяє управляти системами автоматизації будівлі, розподілом аудіо- і відеосигналів, освітленням, обладнанням конференц-залів і переговорних кімнат, інженерними системами; доступ до системи управління здійснюється через смартфон, планшет чи ноутбук.

Таким чином, системи можна управляти будь-якою з перерахованих вище функцій в необхідному і зручному для Вас режимі, або Ви самі зможете управляти всіма функціями за допомогою настінної панелі або навіть за допомогою Вашого iPhone, iPad, а також смартфона, планшетного ПК або ноутбука під управлінням операційних систем Android або Windows,

попередньо встановивши спеціально розроблене програмне забезпечення. Причому останній спосіб управління може здійснюватися віддалено за будь-якої точки по каналу Internet.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОМАГНІТНИХ АПАРАТІВ ПРИ ПРИГОТУВАННІ ПРЯНИЧНОГО ТІСТА**

***Д. Г. Шевченко**, студентка спеціальності «Харчові технології та інженерія», група ХТІ-12і*

***В. М. Оберемок**, науковий керівник, доцент кафедри технологічного обладнання харчових виробництв і торгівлі, к. т. н. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В хлібопекарській промисловості та на підприємствах харчування випускаються мучні кондитерські вироби. Недоліком традиційної технології, наприклад, при приготуванні пряникового тіста є значна тривалість технологічного процесу.

Нами були проведені дослідження впливу обробки компонентів тіста в вихровому шарі апарату ВА-100 на ефективність приготування пряникового тіста і на якість виробів із нього.

Обробку компонентів, які входять в рецептуру, за виключенням борошна і хімічних розпушувачів для сирцових і заварних пряників проводили в апараті ВА-100 з феромагнітними частинками, які покриті полімерними матеріалами. Сировина подавалася в камеру апарата з температурою 15–20 °С. Одночасно в робочу зону додавався розплавлений жир. Температурний режим в робочій камері підтримувався на рівні 35...37 °С для сирцових пряників 55...65 °С для заварних.

Обробка компонентів в апараті протягом 10–12 секунд дозволила отримати тонко дисперсну суміш. На даній суміші в тістомісильній машині готувалось необхідне тісто. Підготовлене тісто мало якісну гарну консистенцію, що дозволило отримати пряники з кращими властивостями в порівнянні з традиційною технологією.

Аналіз даних табл. 1, 2 показує, що пряники, які виготовлені з тіста на основі оброблених у вихровому шарі компонентів, мають більш високі якісні характеристики, ніж ті що виготовленні за традиційною технологією. При цьому слід звернути увагу також на те, що після їх зберігання протягом 40 діб вони мали більш м'яку м'якушку.

**Таблиця 1 – Показники сирцових пряників**

Показники якості пряників	Традиційна технологія	Обробка компонентів в апараті ВА-100
Об'єм, мл	66...68	75...77
Щільність, кг/м <sup>3</sup>	556...573	535...549
Набухання, %	196...200	217...220

**Таблиця 2 – Показники заварних пряників**

Показники якості пряників	Традиційна технологія	Обробка компонентів в апараті ВА-100
Об'єм, мл	90...92	96...98
Щільність, кг/м <sup>3</sup>	466...475	446...455
Набухання, %	230...236	253...259

Покращення якості пряників може бути пояснено особливістю обробки суміші компонентів в електромагнітному апараті з вихровим шаром. Час приготування тіста з використанням апарату з вихровим шаром зменшується в 2...3,5 рази в порівнянні з традиційною технологією.

Аналіз проведених результатів досліджень свідчить про наявність змін показників тіста, що бродить. Для досліджених зразків тіста наростання титрованої кислотності проходило значно швидше. Вже на 150 хв бродіння показник відповідав значенню 3,5, що характерно для кінця бродіння (у контрольному зразку цей процес тривав 180 хв. Інтенсивно знижувалася активна кислотність в тісті із борошна, яке було оброблене в вихровому шарі апарату ВА-100. Динаміка змін редукуючих цукрів у тісті свідчить про достатньо інтенсивний процес гідролізу крохмалю в обробленому борошні. До кінця бродіння дослідного тіста вміст редукуючих цукрів у ньому у 1,97 рази перевищував контрольні значення, що повинно позитивно вплинути на якість виробів при випіканні.

Таким чином, авторами підтверджено вплив обробки компонентів тіста в електромагнітному апараті з вихровим шаром на якість готової продукції.

## СТАН ПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

**О. С. Скубій**, студентка спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність, група ТҚДм-51

**Н. Ю. Молчанова**, науковий керівник, доцент кафедри технологічного обладнання харчових виробництв і торгівлі, к. т. н.  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Забезпечення пожежної безпеки – це один із важливих напрямків щодо охорони життя та здоров'я людей, національного багатства і навколишнього середовища. Незважаючи на значний поступ у науково-технічній сфері, людству ще не пощастило знайти абсолютно надійних засобів щодо забезпечення пожежної безпеки. Більше того, статистика свідчить, що при зростанні чисельності населення на 1 % кількість пожеж збільшується приблизно на 5 %, а збитки від них зростають на 10 %. І сьогодні, коли людство увійшло в третє тисячоліття своєї багатовікової історії, питання пожежної безпеки залишаються актуальними. Кожних п'ять секунд на земній кулі виникає пожежа, а в Україні – кожних 10 хв.

За даними Українського науково-дослідного інституту цивільного захисту упродовж 3 місяців 2018 року в Україні зареєстровано 11 111 пожеж, на місці пожежі виявлено 755 загиблих, з них 14 дітей, 444 людини отримали травми, у тому числі 42 дитини. Матеріальні втрати від пожеж склали 1 млрд 511 млн 520 тис. грн (з них прямі збитки становлять 470 млн 259 тис. грн, а побічні – 1 млрд 41 млн 261 тис. грн).

Щоденно в Україні в середньому виникало 123 пожежі, матеріальні втрати від яких складали 16 млн 795 тис. грн.

Пожежна безпека – стан об'єкта, при якому з регламентованою ймовірністю відкидається можливість виникнення та розвиток пожежі, і впливу на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Спричинити пожежу та вибух на підприємстві може порушення правил і норм пожежної безпеки.

За час дії мораторію на перевірки з 2014 року значно збільшилась кількість пожеж. Державна служба України з надзвичайних ситуацій (ДСНС) зазначено, що не всі пожежонебезпечні підприємства вдавалося перевірити вчасно. Через супротив



власників підприємств, які прикриваються мораторієм, співробітники ДСНС змушені звертатися до суду, аби отримати дозвіл на перевірки. Протягом 2017 року було зафіксовано на 31 % пожеж більше, ніж в 2016 році, а загиблих на 8 % більше. Це у відбувається тому, що деякі державні та недержавні діячі таку нейтральну позицію (мораторій на перевірки) сприймали як уседозволеність

Після пожежі, яка відбулася у таборі «Вікторія», на засідання КМУ було прийняте рішення про скасування мораторію на перевірки закладів, де можуть перебувати діти та люди похилого віку, а також в закладах охорони здоров'я.

Постановою КМУ від 18.12.2017 № 1104 затверджено перелік органів державного нагляду (контролю), на які не поширюється дія Закону № 1728-VIII (мораторій на перевірки), до яких віднесено ДСНС та її територіальні органи (в частині здійснення державного нагляду (контролю) стосовно закладів оздоровлення та відпочинку дітей, інтернатних закладів, закладів дошкільної освіти, загальної середньої освіти, професійної (професійно-технічної) освіти, спеціалізованої освіти, а також суб'єктів господарювання з високим ступенем ризику (у тому числі об'єктів паливно-енергетичного, військово-промислового комплексів, об'єктів підвищеної небезпеки, хімічно-небезпечних об'єктів та об'єктів висотного будівництва). Ця постанова набирає чинності з дня її опублікування та діє до 31 грудня 2018 року включно.

Основним нормативно-правовим актом з питань пожежної безпеки для об'єктів, що перебувають в експлуатації, безперечно, є Правила пожежної безпеки в Україні (НАПБ А.01-001-2015, у новій редакції із 3 жовтня 2017 року), які є обов'язковими для виконання суб'єктами господарювання, органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах.

Зважаючи на невтішну статистику щодо виникнення побутових пожеж, Державна служба України з надзвичайних ситуацій закликає усіх дбати про належний протипожежний на об'єктах та дотримуватись правил пожежної безпеки.

## СЕКЦІЯ 27. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

---

### ПЕРШОДРУКАР ІВАН ФЕДОРОВИЧ

*М. І. Войтович, студентка напряму підготовки «Право», група 492*

*Ю. В. Михальський, науковий керівник, завідувач кафедри історії і політології, к. і. н.*

*Львівський торговельно-економічний університет*

Цьогоріч виповнюється 445 років з часу відкриття першої на українських землях друкарні книг. Надприємно, що цей інженерний об'єкт знаходився у нашому місті Львові. Саме Львів дав Україні першу друковану книжку!

До кінця XV століття слов'янські книги були писаними. Переписами (копіюванням) займалися спеціально навчені монахи. Можна тільки уявити якою трудомісткою була праця цих людей.

Першим відомим друкарем слов'янської писемності історики називають Фіоля Швайпольта, який створив друкарський верстат і в 1491 році надрукував у Німецьких землях перші книжки церковнослов'янською мовою з використанням кириличної абетки. Пізніше ще один чоловік Францішек Скорина у 1519 році видав друком першу Біблію слов'янського перекладу. Було це у місті Вільно (тепер Вільнюс).

Українським першодрукарем був Іван Федорович (1510–1583). Походження його невідоме, є тільки припущення, що Федорович походив із української шляхти роду Рогози. Достеменно відомо, що він, як і Швайпольт і Скорина, закінчив краківський Ягеллонський університет. Цей вуз був у ті часи навчальним закладом, що стояв на рівні з Оксфордом і Сорбонною.

Після отримання першокласної вищої освіти доля його закинула у Московське царство. Є припущення, що Федорович мав священницький сан. У Москві він мав досить високий соціальний статус – слугував дяком у Кремлівській царській церкві роду Романових. Був особисто знайомий із царем-деспотом Іваном IV Грозним. Там українця Івана Федоровича й переписали в Іоана Фьодорова.

Перший друкарський верстат Федорович створив у Москві. Видрукував там у 1564 році разом із помічником П. Мстиславцем книжку «Апостол». Московська церковна і владно-світська деспотія не сприйняла друкарні Федоровича. Він був звинувачений у безбожжі та створенні «пекельної машини».

Винахіднику вдалося втекти від переслідувань людей Івана Грозного до Литовського князівства. У цих землях він видрукував «Євангеліє» і «Псалтир».

25 лютого 1573 року Іван Федорович на кошти Львівського православного братства відкрив друкарню у нашому місті. З цього часу й було започатковано книгодрук в українських землях. У 1574 році у Львові було видано «Апостол» і «Буквар».

Нестача коштів для утримання друкарні у Львові змусила Федоровича переїхати до Острога, де князь Костянтин запропонував фінансування нових видань. Там було видано один із найцінніших стародруків української історії «Острозьку Біблію» – повне друковане видання всіх книг Святого Письма церковнослов'янською мовою (має 628 аркушів).

У сучасній Україні збереглося 8 примірників цієї книги. Один із них є у Львові.

Обставини і місце смерті Івана Федоровича суперечливі. Збереглась згадка про його поховання в церкві Онуфріївського монастиря на Черкащині. У 70-х роках XX століття радянські вчені-археологи в одному із поховань монастиря виявили рештки літньої людини. Місце співпадало з історичним описом джерела, що свідчило факт поховання українського першодрукаря. Знайдене хотіли відправити на дослідження у московську лабораторію, але коштів не вистачило і залишки (можливо) Федоровича відправили на зберігання у Львівський Музей книги. Хотіли провести досліді за кордоном у Європі, грошей ніхто на це, звичайно, не дав. Потім про це забули.

Останки цієї людини (найімовірніше українського першодрукаря Івана Федоровича) до кінця 2014 року знаходилися у сейфі першого поверху згаданого музею, розміщеного неподалік палацу Потоцьких у центрі Львова. У грудні 2014 року першодрукаря Івана Федоровича перепоховано у церкві монастиря святого Онуфрія у Львові.

### **Список використаних джерел**

1. Бобкова С. 99 відсотків вірогідності, що перепоховали останки Івана Федоровича / С. Бобкова // Високий Замок. – 19–21 грудня 2014. – № 188 (5252).
2. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Ісаєвич. – Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2002. – 520 с.
3. Огієнко І. Історія українського друкарства / І. Огієнко. – Київ : Либідь, 1994 – 448 с.

## **СЕКЦІЯ 28. ФІЛОСОФІЯ. ЛОГІКА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО**

---

### **СЕНС ЖИТТЯ ЯК ФІЛОСОФСЬКА ПРОБЛЕМА**

**А. Ю. Василенко, УПЕП-31**

**М. М. Мовчан**, науковий керівник, к. філос. н., доцент, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Проблема людини, її життя і смерті протягом багатьох століть притягувала до себе увагу мислителів. Люди намагалися осягнути таємницю людського буття, вирішити одвічні питання: Що таке життя? Коли і чому на нашій планеті з'явилися перші живі організми? Як продовжити життя? Питання про загадку виникнення життя природно, тягне за собою питання про сенс смерті. Що є смерть? Тріумф біологічної еволюції або плата за досконалість? Чи здатна людина запобігти смерті і стати безсмертною? І, нарешті: що ж панує в нашому світі – життя або смерть? Проблема сенсу життя стала, на думку Г. Гейне, «проклятим» питанням філософії та історії.

Актуальність і значимість проблеми сенсу життя не потребує доказів і аргументації. Дану проблему уже почали включати в число глобальних проблем сучасності. Еволюцію і зміну думок з цього приводу, способи витягу найбільшої кількості корисної інформації зі сфери несвідомого і використання її на практиці пов'язують з виживанням, із запобіганням наростаючої антропологічної катастрофи.

Важливим аспектом філософського осмислення людини є врахування її природного руху замкненим колом: народження – життя – смерть. З давніх-давен людина намагалась якось осягнути цей вічний круговорот життя. У чому смисл природного процесу народження, розвитку, зрілості, старіння і смерті як людини, так і будь-якого іншого організму? Це питання виникає як намагання виправдати свою присутність на Землі, свою долю й призначення. Знайшовши таке виправдання, людина може змиритися з думкою про скінченність індивідуального буття. Таємниця людського існування полягає не в тому, щоб тільки жити (існувати), а й у тому, як і для чого (чи для кого) жити.

З точки зору здійснення задуму життя виокремлюють: оптимізм, скептицизм, песимізм. І не існує ситуацій, що були б дійсно позбавлені сенсу – навіть самогубець вірить у сенс якщо не життя, то смерті. Життя і смерть, любов і егоцентризм, етика і аморальність, осмисленість і абсурд, нігілізм і самопожертва – ці протилежні, але взаємопов'язані «абсолюти» людського буття явно чи опосередковано детермінують вибір людиною самої себе.

Філософське пізнання має гуманістичну спрямованість, тобто головним предметом філософських роздумів є людина і її існування у світі. Усі філософські проблеми, хоч би якими абстрактними вони не здавалися, так чи інакше пов'язані з проблемою людини. Невипадково І. Кант питання «що таке людина?» формулює як основне питання філософії.

Людина – це така істота, яка своєю діяльністю створює власну історію, в процесі чого формується, змінюється і розвивається її сутність. Тобто сутність людини не є історично незмінною. Вона змінюється разом із розвитком людини, людства, акумулюючи в собі зміст людського, зміст культури, соціальних цінностей. Людина – єдина істота, яка усвідомлює свою смертність. З цим пов'язане питання про зміст і мету життя, роздуми над яким є для багатьох вихідним пунктом у виробленні «лінії життя».

### Список використаних джерел

1. Афанасенко В. Філософія : підруч. для вищої школи / Василь Григорович Кремень (заг. ред.), Микола Іванович Горлач (заг.ред.). – 3 вид., перероб. та допов. – Харків : Прапор, 2004. – 735 с.
2. Білодід Ю. Філософія: Український світоглядний акцент : навчальний посібник / Юрій Білодід. – Київ : Кондор, 2006. – 355 с.
3. Бичко І. Філософія : підручник для студ. вищих закладів освіти / І. Бичко. – 2 вид., стер. – Київ : Либідь, 2002. – 408 с.

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕТИКИ

**Є. К. Олійник**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-12

**С. О. Шара**, науковий керівник, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, к. пед. н.

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

На сьогодні одним з актуальних питань є проблеми сучасної етики. Ми не замислюємося, проте це питання переслідує нас з

народження. Проблема добра і зла, правильно чи неправильно я вчинив у будь-якій ситуації, етично чи неетично це буде виглядати з моєї сторони. Отже, що ж таке етика, я думаю, відомо всім. А сьогодні ми поговоримо про сучасну етику, головними цілями якої є обґрунтування моделі суспільного життя, заснованої на принципах справедливості в рамках інформаційної цивілізації.

Також у суспільстві зростає роль сфери моралі та затверджуються її нові види: етика насильства, екологічна етика, біоетика.

Відомо, що саме Дж. Е. Мур був першим, хто виступив з критикою всіх традиційних напрямів етики. Він докладно проаналізував недоліки і помилки метафізичної, найбільш яскраво представленої ще І. Кантом, натуралістичної етики, в самих різних її різновидах, і показав, що жодне з існуючих в ній напрямків не в змозі вирішити жоден з її основоположних питань – що таке добро, ідеал, правильна поведінка, щастя. Дж. Мур поклав початок цілому особливого періоду в існуванні етики, який отримав загальну назву метаетики. У руслі метаетики були піддані суворому логічному аналізу всі найважливіші етичні поняття: добро, ідеал, борг, правильне і неправильне та ін. Результати аналізу в цілому ряді випадків були вельми невтішними для етики. У подальшому критика метаетики завершилася майже одностайною рішучістю звернутися від сухої логіки до життєвих фактів моральної, соціальної та психологічної емпірики.

Наступний після мета етики – другий період у розвитку західної етики – ознаменувався саме таким пошуком прориву до реального життя – до соціології та психології моралі. Цей другий – назвемо його дескриптивних (емпіричним) – період триває не надто довго, всього два – три десятиліття. Дослідження емпіричних фактів з галузі соціології та психології моралі переконливо показало, що й тут етика ще знаходить свого головного предмета: конкретної людини, на протязь всього свого життя стикається з реальними моральними проблемами. Адже і соціологія, і психологія моралі таки мають справу все з тим же усередненим, а значить, абстрактним індивідом, об'єктом моральних норм та їх транслятором. Саме тут людина вже стає головним предметом вивчення, а науку починають цікавити всі деталі всі конкретні подробиці його поведінки з моральної

точки зору, тобто конкретні ситуації, де на карту ставляться не тільки гроші і добробут людей, але часто і саме життя.

Третій період – новітній, поточний – у розвитку західної етики, як ми вважаємо, являє собою період прикладної етики. «На наших очах етика протягом поточного сторіччя пройшла шлях від суто теоретичного, абстрактно – логічного, методологічного аналізу у вигляді метаетики – до, може бути, вищого свого досягнення – до вирішення найнагальніших, гострих, хворих, прямо і безпосередньо стосуються живої людини проблем – до біоетики та прикладної етики в цілому. Така одна з вельми правдоподібних гіпотез щодо причин виникнення прикладної етики: глухий кут метаетики був благополучно подоланий за рахунок виникнення спочатку дескриптивної, а потім і прикладної етики». Як зазначає Л. В. Коновалова, сам термін «прикладна» наука виник всередині природознавства, усередині фундаментальної науки. З неї він був незабаром перенесений в гуманітарні науки, у тому числі в філософію і етику. Важливо підкреслити лише, що для такого розмежування теоретичної та прикладної різновидів однієї і тієї ж науки необхідно тільки одна умова: щоб теоретична її частина досить добре розвинулася і як би досить далеко пішла від практики. В етиці таку роль зіграла метаетика, яка проголосила себе принципово відмінною від нормативної етики, а значить, від етики, зверненої до практики, до життя». Прикладна етика виникла (і окремі її області та різновиди будуть виникати) там і тоді, де виникала або виникатиме загроза життю і існуванню людини і людства, небезпека обмеження його невід’ємних прав та інтересів – будь то сфера біологічного експерименту, медичного обслуговування або екологічного виживання, там, де робилися спроби в черговий раз «обійтися без етики», поставити на перше місце якісь міркування хвилинної вигоди, економічної необхідності або чийхось інтересів, відсунути етичні міркування на другий план, там, де виникала нова небезпека для життя і страх смерті. Предметом прикладної нормативної етики повинні бути особливі різновиди моральних проблем – ті, які носять історично сформовану назву «моральних дилем».

Отже, прикладна етика являє собою рішення сучасних моральних дилем. Вони не нею породжені, але нею усвідомлюються і вирішуються, і завдяки їй стають темами широких суспільних дебатів, темами політичних рухів. Сучасна дійсність



породила безліч моральних дилем, вони реально існують, і прикладна етика показує, які можливості їх вирішення. Однак у сучасному світі існують тисячі моральних дилем, тому всі перерахувати і назвати, а тим більше проаналізувати – неможливо.

## **ЕКСТРАОРДИНАРНІ ПОДІЇ VS СВІТУ ПОВСЯКДЕННОСТІ**

**Д. А. Куліш, ПР-31**

**І. В. Усанов, науковий керівник, к. філос. н., доцент, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук**  
**Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»**

20.01.1843 р. у Великій Британії трапилася жахлива подія, яка сколихнула світ, був убитий Едвард Драммонд – особистий секретар прем'єр-міністра Роберта Піля. До Е. Драммонда непомітно підійшов чоловік, витягнув з кишені однозарядний пістолет і практично в упор вистрілив йому в спину. Через 5 днів після нападу Е. Драммонд помер. Стріляв – Даніель Макнотен, колишній власник невеликого деревообробного підприємства в Глазго, який за кілька років до замаху продав свій бізнес. Як з'ясувалося згодом, Д. Макнотен був одержимий манією переслідування: йому здавалося, що правляча партія консерваторів оголосила йому війну, регулярно підсилає шпигунів і практично довела його до розорення. Він всього лише вирішив нанести упереджувальний удар, вистрілити першим. Жертвою повинен був стати не Е. Драммонд, а сам прем'єр-міністр Р. Піль.

Сторона обвинувачення, не дивлячись на психічний розлад, хотіла довести, що рішення обвинувачений приймав усвідомлено і розумів наслідки своїх дій, тому повинен понести заслужене покарання. Сторона ж захисту, навпаки, стояла на тому, що обвинувачений не контролював свої дії, а тому не може нести за них відповідальність. Присяжні погодилися з стороною захисту, тому Д. Макнотена було визнано невинуватим на підставі божевілля. Його помістили в психіатричну лікарню, де він помер через двадцять два роки.

Справа увійшла в історію як «Правила Макнотена» і дуже швидко з предмета юридичної суперечки стали джерелом для нових філософських, літературних, психологічних і соціологічних роздумів.

Д. Макнотен був виправданий до того, як правила, названі його ім'ям, стали загальним місцем судової практики. Чи був він виправданий за новими правилами? Звичайно, історія не знає умовного способу. І в цьому уявному світі на нього велося безжалісне політичне полювання, яке змусило його діяти з міркувань самозахисту, зазіхаючи на головне джерело небезпеки. Якби Д. Макнотен, перебуваючи в такому ж становищі, вистрілив в Е. Драммонда, щоб «передати послання Пілю», його слід було б засудити на страту. Оскільки тоді це вже не було б самозахистом навіть в світі безумства.

Справа 1843-го року сильно перекликається з нашим повсякденням. На сьогодні віртуальна реальність глибоко засіла в свідомості багатьох людей та керує їхніми діями. Психолог Михайло Хасьмінський говорив, що «ми живемо в епоху ілюзії дії». Зараз значна частина населення Землі настільки щільно залучена в цю іншу реальність, що буквально не мислить без неї ні праці, ні спілкування. Таким чином це може дуже вплинути на психічний стан особи та призвести до трагічних наслідків.

Наприклад, в Москві стався випадок де 17-річний хлопець під дією токсичного та наркотичного сп'яніння вбив безхатька та грав його головою у футбол. Кореспонденти опитали всіх знайомих та близьких хлопця, але почули лише позитивні відзиви про нього і лише після вирішили дослідити його комп'ютер, де і виявилось що підліток мав пристрась до жорстоких віртуальних ігор, та вирішив перевірити це на практиці.

Психічні відхилення не повинні звільняти від відповідальності за скоєні злочини. Людина може провести все життя в психіатричному закладі так і не зрозумівши своєї помилки, а родичі потерпілого будуть все життя страждати від втрати близької людини. Філософія права стверджує, що Україна повинна удосконалювати систему вирішення справ з приводу психічного відхилення та призначення покарання за вчинений злочин.

### **Список використаних джерел**

1. Восприятие реальности: «правила Макнотена» и «Вторая жизнь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vashmagazin.com.ua/news/2013/01/28/vospriyatie-reальности-pravila-makn/>. – Назва з екрана.

2. О множественной реальности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://soznanie.spb.su/articles/2502/> [https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857317/3\\_2\\_1.pdf](https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857317/3_2_1.pdf). – Назва з екрана.
3. Принципы психологии: Уильяма Джеймса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psylib.org.ua/books/james02/txt00.htm>. – Назва з екрана.

## **ВБИВСТВО ЕДВАРДА ДРАММОНДА І ТЕОРІЯ МНОЖИННИХ СВІТІВ**

***І. О. Загреба, ПР-31***

***І. В. Усанов, науковий керівник, к. філос. н., доцент, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

У Великобританії, в 1843 р. сталося резонансне вбивство. Було вбито секретаря прем'єр-міністра Роберта Піля, Едварда Драммонда. Е. Драммонд ішов у напрямку вокзалу і не помітив чоловіка. Цей чоловік наблизився до нього і вистрелив в притул у спину. Констебль, став свідком події, він і затримав злочинця, ним був Даніель Макнотен, колишній власник невеликого деревообробного підприємства в Глазго. Як виявилось, Д. Макнотен був одержимий манією переслідування. Він вважав, що правляча партія консерваторів оголосила йому війну і регулярно підсиляє шпигунів та практично довела його до розорення. Тому й вирішив нанести упереджувальний удар, вистрілити першим. Е. Драммонд помер через 5 днів після пострілу. Д. Макнотен постав перед судом, де його захищав відомий юрист – Олександр Кокберн [1]. Він зумів довести неосудність свого клієнта, використовуючи працю Ісаака Рея з медичної юриспруденції, розширюючи питання божевілля за допомогою встановлення причинно-наслідкових зв'язків. В той час, використання у судовому провадженні судової медицини було новаторством О. Кокберна. Д. Макнотена помістили у психіатричну лікарню, але історія на цьому не закінчилася. Палата лордів створила спеціальну комісію суддів, що мали сформулювати ряд чітких критеріїв, за якими підсудний може бути визнаним відповідальним за свої дії, навіть якщо страждає від помутніння розуму. Відповіді суддів увійшли в історію як «правила Макнотена», що

до сих пір залишаються унікальним прецедентом і практичним посібником для юристів [1]. Вже потім підіймалося питання, чи був осудний Макнотен за цими правилами, виявилось, що – так, оскільки, навіть перебуваючи у так званому «світі божевілля», його мали судити за правилами реального світу в якому за вбивство його було б покарано.

У знаменитій главі своїх «Принципів психології» Вільям Джеймс аналізує наше відчуття реальності. За реальністю, стверджує він, стоїть лише ставлення до нашого емоційного і діяльного життя [2]. В. Джеймс створює класифікацію за якою існує 7 світів і перебуваючи в одному з них, людина не сумнівається, що він – реальний. Пізніше, Альфред Шюц займався так званою «джеймсівською проблемою» і в своїй праці «Про множинність реальностей» пише, що «а-світи замкнуті, перехід з одного світу в інший супроводжуються «шоком» або «ривком»; б-світи нерівноцінні – всі вони є «колоніями» світу повсякденності, від якого походять» [2]. Згідно за цими положеннями, не існує ніякої «формули трансформації» змістів одного світу в зміст іншого, а значить, людину, що знаходиться в світі безумства, не можна судити за законами світу здорового глузду [1].

Тож, взявши за основу справу Д. Макнотена, ми підходимо до суті питання. Даніель страждав від нав'язливих думок про загрозу життю і манію переслідування. За джеймсівською теорією, він перебував у світі божевілля, нав'язливі думки зводили його з розуму підводячи до тих дій, що він скоїв. Але, теоретично, йому можна було допомогти. Нещодавно, за допомогою магнітно-резонансної спектроскопії дослідники відновили картину хімічних процесів в мозку пацієнтів, які страждають від нав'язливих станів. Виявилось, що у них в гіпокампі знижений рівень найважливішого гальмівного нейромедіатора – гамма-аміномасляної кислоти [3]. Використовуючи результати дослідження, вчені можуть розробити курс лікування для тих, хто страждає від нав'язливих станів. Тоді, виникає питання, як судити цих осіб після лікування? Перебуваючи в іншому світі, вони скоюють злочини, а повертаючись в реальність, мають за це відповідати? На подібні питання потрібно буде давати нові відповіді (в тому числі й філософські), і вже інша комісія суддів мала надавати свої результати на розгляд громадськості.

## Список використаних джерел

1. Восприятие реальности: «правила Макнотена» и «Вторая жизнь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vashmagazin.com.ua/news/2013/01/28/восприятие-реальности-правила-макн/>. – Назва з екрана.
2. О множественной реальности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857317/3\\_2\\_1.pdf](https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857317/3_2_1.pdf). – Назва з екрана.
3. Hippocampal GABA enables inhibitory control over unwanted thoughts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nature.com/articles/s41467-017-00956-z>. – Назва з екрана.

## Г. КОСТЕЛЬНИК ПРО ЧИННИКИ НАЦІОНАЛІЗМУ

**І. А. Думич**, студентка напряму підготовки «Право»  
група 16-0611-001

**І. В. Козій**, науковий керівник, доцент кафедри філософії і культури, к. філос. н.

*Львівський торговельно-економічний університет*

Досліджуючи стрижневі чинники націоналізму Г. Костельник називає насамперед *загальну освіту* яка повинна ґрунтуватися на розмовній народній мові. У цьому контексті є підстави говорити про інтернаціональність просвіти, адже саме народна мова формує в молодій людини позитивний світогляд, закладає підвалини майбутнього члена суспільства, який через мову може здійснити самоідентифікацію в контексті приналежності його саме до тієї, а не іншої спільноти. «Просвіта, – наголошує дослідник, – усовершує народну мову, оживлює народну історію, витворює народного духа, народну гордість і – в добрій часті творить вона народний характер: увесь нарід зводить в одне начеб живе дерево. Тож хоч чоловік буде морем розлучений від свого народу, буде він тужити за «своїм» народом, за «своєю» книжкою», за «своєю» школою і т. д.» [2, с. 313].

Наступним чинником націоналізму, на думку критика, є *поглиблення суспільних взаємозв'язків між членами однієї спільноти*. Людина від народження контактує із собі подібними з метою якнайшвидшого входження в соціум. А початковим етапом таких взаємовідносин є школа. Саме тут дитина отримує найперші життєві орієнтири і починає розуміти власну приналежність до свого народу. Г. Костельник наводить цікаву дум-

ку щодо викладання тією чи іншою мовою у школі. Якщо мова рідна, то це однозначно підсилить розвиток природного націоналізму в молодій людини, якщо ж мова чужа, то такий факт може ще більше загострити національне почуття школяра. Тому, на думку критика, школа в будь-якому випадку сприяє формуванню національного характеру, націоналізму загалом.

Третім чинником націоналізму мислитель вважає *періодичні друковані видання* які не могли уникнути націоналістичного забарвлення. А більшість газет покликані саме формувати та розвивати національні почуття громадян. Отже дослідник приходить до висновку, що спостерігаємо процеси, коли практично усі площини суспільного життя є залежними від держави, а відповідно держава є національною. «Коли всі ті нинішні чинники націоналізму, – пише Г. Костельник, – посилюють моїй національності, то я почуваюсь в державі начеб в родині: всю тут «моє», всі дороги для мене отворені. Та коли політичні чинники національності протиставляться моїй національності, то я стаюсь придушеним в державі... «Національне жите» нині значить для кожного народу те саме, що «жите загалом» [2, с. 313].

Будь-який народ повинен володіти національною свободою. Іншими словами, представники того чи іншого народу повинні вирішувати свою подальшу долю самі. Саме це мислитель зараховує до вищого прояву націоналізму. Але історія не до всіх народів ставиться однаково. Одних вона зробила пануючими, інших підлеглими. «Рівність всіх народів», – наголошує дослідник, – так само, як «рівність всіх людей», в практиці все буде мати тільки релятивне значіння. Навіть коли б кожний, і найменший, нарід мав свою державу, то помимо того всі народи в практиці не будуть дійсно і вповні рівними» [2, с. 314]. Г. Костельник стверджує, що в практичному житті не маємо змоги спостерігати ситуації, при якій можна було б говорити, що існує хоч якась рівність між народами. Фактично критик мислить в руслі українського філософа Г. Сковороди стосовно його вчення про «рівну нерівність».

Відтак можемо констатувати, що багато висновків мислителя є надзвичайно актуальними сьогодні, коли перед країною поставало багато завдань та запитань, від правильного вирішення яких залежить вибір того чи іншого вектору розвитку України на багато років уперед.

### **Список використаних джерел**

1. Гавриїл Костельник: філософські погляди / Марія Кашуба, Ірина Мірчук. – Дрогобич : Вимір, 2002. – 140 с.
2. Історія української філософії: Хрестоматія / упорядник М. В. Кашуба. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. – 356 с.
3. Костельник Г. Християнська апологетика / Г. Костельник. – Львів, 1925. – 176 с.
4. Посланці з таємного світу. Анастасія Волошин / Збірник матеріалів. – Львів : В-во «Папуга», 2008. – Т. 1. – 128 с.

## **СЕКЦІЯ 30. ПЕДЖАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ, ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА**

---

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕТИКИ**

**Є. К. Олійник**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-12

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

На сьогодні одним з актуальних питань є проблеми сучасної етики. Ми не замислюємося, проте це питання переслідує нас з народження. Проблема добра і зла, правильно чи неправильно я вчинив у будь-якій ситуації, етично чи неетично це буде виглядати з моєї сторони. Отже, що ж таке етика, я думаю, відомо всім. А сьогодні ми поговоримо про сучасну етику, головними цілями якої є обґрунтування моделі суспільного життя, заснованої на принципах справедливості в рамках інформаційної цивілізації.

Також у суспільстві зростає роль сфери моралі та затверджуються її нові види: етика насильства, екологічна етика, біоетика.

Відомо, що саме Дж. Е. Мур був першим, хто виступив з критикою всіх традиційних напрямів етики. Він докладно проаналізував недоліки і помилки метафізичної, найбільш яскраво представленої ще І. Кантом, натуралістичної етики, в самих різних її різновидах, і показав, що жодне з існуючих в ній напрямків не в змозі вирішити жоден з її основоположних питань – що таке добро, ідеал, правильна поведінка, щастя. Дж. Мур поклав початок цілому особливого періоду в існуванні етики, який отримав загальну назву метаетики. У руслі метаетики були піддані суворому логічному аналізу всі найважливіші етичні поняття: добро, ідеал, борг, правильне і неправильне та ін. Результати аналізу в цілому ряді випадків були вельми невтішними для етики. У подальшому критика метаетики завершилася майже одноставною рішучістю звернутися від сухої логіки до життєвих фактів моральної, соціальної та психологічної емпірики.



Наступний після мета етики – другий період у розвитку західної етики – ознаменувався саме таким пошуком прориву до реального життя – до соціології та психології моралі. Цей другий – назовемо його дескриптивних (емпіричним) – період триває не надто довго, всього два – три десятиліття. Дослідження емпіричних фактів з галузі соціології та психології моралі переконливо показало, що й тут етика ще знаходить свого головного предмета: конкретної людини, на протязь всього свого життя стикається з реальними моральними проблемами. Адже і соціологія, і психологія моралі таки мають справу все з тим же усередненим, а значить, абстрактним індивідом, об’єктом моральних норм та їх транслятором. Саме тут людина вже стає головним предметом вивчення, а науку починають цікавити всі деталі всі конкретні подробиці його поведінки з моральної точки зору, тобто конкретні ситуації, де на карту ставляться не тільки гроші і добробут людей, але часто і саме життя.

Третій період – новітній, поточний – у розвитку західної етики, як ми вважаємо, являє собою період прикладної етики. «На наших очах етика протягом поточного сторіччя пройшла шлях від суто теоретичного, абстрактно – логічного, методологічного аналізу у вигляді метаетики – до, може бути, вищого свого досягнення – до вирішення найнагальніших, гострих, хворих, прямо і безпосередньо стосуються живої людини проблем – до біоетики та прикладної етики в цілому. Така одна з вельми правдоподібних гіпотез щодо причин виникнення прикладної етики: глухий кут метаетики був благополучно подоланий за рахунок виникнення спочатку дескриптивної, а потім і прикладної етики». Як зазначає Л. В. Коновалова, сам термін «прикладна» наука виник всередині природознавства, усередині фундаментальної науки. З неї він був незабаром перенесений в гуманітарні науки, у тому числі в філософію і етику. Важливо підкреслити лише, що для такого розмежування теоретичної та прикладної різновидів однієї і тієї ж науки необхідно тільки одна умова: щоб теоретична її частина досить добре розвинулася і як би досить далеко пішла від практики. В етиці таку роль зіграла метаетика, яка проголосила себе принципово відмінною від нормативної етики, а значить, від етики, зверненої до практики, до життя». Прикладна етика виникла (і окремі її області та різновиди будуть виникати) там і тоді, де виникала або виникатиме загроза життю і існуванню людини і людства, небезпека

обмеження його невід'ємних прав та інтересів – будь то сфера біологічного експерименту, медичного обслуговування або екологічного виживання, там, де робилися спроби в черговий раз «обійтися без етики», поставити на перше місце якісь міркування хвилинної вигоди, економічної необхідності або чийхось інтересів, відсунути етичні міркування на другий план, там, де виникала нова небезпека для життя і страх смерті. Предметом прикладної нормативної етики повинні бути особливі різновиди моральних проблем – ті, які носять історично сформовану назву «моральних дилем».

Отже, прикладна етика являє собою рішення сучасних моральних дилем. Вони не нею породжені, але нею усвідомлюються і вирішуються, і завдяки їй стають темами широких суспільних дебатів, темами політичних рухів. Сучасна дійсність породила безліч моральних дилем, вони реально існують, і прикладна етика показує, які можливості їх вирішення. Однак у сучасному світі існують тисячі моральних дилем, тому всі перерахувати і назвати, а тим більше проаналізувати – неможливо.

## **МЕРКАНТИЛЬНІСТЬ ЯК РИСА ОСОБИСТОСТІ**

**А. Ю. Горобець**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-12

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для успішної самореалізації треба знати і грамотно використовувати свої сильні сторони за покликанням, а також знати і визнати для себе слабкі риси характеру, задовольняючи власні потреби. Якість особистості, що характеризується надмірною розважливістю, корисливістю, прагненням з усього отримувати вигоду це меркантильність. Основна мета меркантильної людини – зробити все, щоб практично будь-які маніпуляції і взаємодії з людьми були корисними, приносили прибуток або забезпечували будь-які блага.

Поняття «меркантильність» впливає з економічного терміна «меркантилізм». З'ясуємо, що ж він собою представляє.

Меркантилізм – одна з економічних теорій, в основі якої лежить втручання держави в господарську діяльність. Була особ-

ливо поширена в Європі в 16–17 століттях. Суть даної теорії полягала в тому, що скарби різного роду, в першу чергу золото і срібло, є вираженням самої суті багатства. і характеристики людини, що описують його внутрішні особливості. Ні для кого не секрет, що є як позитивні, так і негативні риси особистості. Виходячи з даної економічної теорії, можна сказати, що меркантильний людина – це той, хто ставить матеріальну вигоду понад усе. Розважливість і користолюбство – ось два основних синоніми меркантильності. Але справа в тому, що у народів різне ставлення до скупих людей. У Західній Європі, наприклад, де меркантилізм кілька століть був основною економічною теорією, таких людей вважають розумними і ощадливими. А от у Східній Європі меркантильний людина – це скупар і скнара, що не збирається допомагати навіть близькій людині за відсутності особистої матеріальної зацікавленості.

Термін «меркантилізм» і «меркантильна система» вперше вжив французький фізіократ Оноре Мірабо 1763 року, а згодом їх ввів у широкий обіг Адам Сміт у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776).

Деякі психологи вважають, що меркантильність формується ще в дитячому віці і пов'язана із задоволенням природних потреб, а також з основами взаємовідносин, часто будуються за принципом «ти – мені, я – тобі». Але така риса особистості може бути придушена і викорінена в ході виховання.

Цікаво: більшість меркантильних людей заперечують таку притаманну якість особистості, вважаючи, що вони все роблять правильно. Ознаки меркантильності: постійні пошуки більш високооплачуваної роботи. Навіть якщо людину повністю влаштовує нинішнє місце, він буде прагнути до більш високої зарплати. Людина з такою якістю особистості буде цікавитися фінансовим становищем оточуючих. Практично всі цілі і мрії пов'язані з величезними витратами. Меркантильна людина часто посилається або скаржиться на труднощі з грошима.

Отже, перший погляд може здатися, що бути меркантильним в сучасному світі – зручно і правильно, адже гроші дуже важливі. Але насправді навіть за найбільшу суму не можна купити любов, довіру, вірних друзів та багато іншого. І якщо постійно прагнути до отримання вигоди, можна не помітити найважливішого. Також меркантильність заважає нормально жити і радіти дрібницям, вона затьмарює собою все і перетворює життя

в гонитьбу за прибутком. Меркантильність – негативна якість, від якого потрібно позбавлятися. А меркантильних людей бажано не підпускати до себе.

## **ЗАСОБИ ВПЛИВУ ЛЮДЕЙ ОДИН НА ОДНОГО**

**Ю. О. Нос**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-11

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Проблема психологічного впливу у сучасній психологічній науці займає центральне місце. Значущість цієї проблеми визначається перш за все потребами практики. Психологічний вплив являється безперечним атрибутом процесу спільної діяльності людей, управління, виховання, навчання, психоконсультативної, психотерапевтичної, психокорекційної практик та інших сфер життєдіяльності. Психологічний вплив відіграє важливу роль в процесі формування і функціонування всіх явищ суспільної психіки (суспільних думок і відносин, поглядів і переконань, установок, настроїв).

У трактатах стародавніх філософів наявні висловлювання з приводу спілкування людей, способах впливу одне на одного: переконанні, захисті від небажаних впливів (Арістотель, Сократ, Конфуцій). Значний вклад у розуміння процесі впливу людей одне на одного зробили Гобс, Декарт, Дідро, Монтескьє, Руссо. Значущість проблеми взаємодії висвітлюється у працях багатьох вітчизняних (Г. Андрєєва, О. Бодальов, А. Деркач, Є. Доценко, Г. Ковальов, О. Ковальов, В. Куліков, Б. Ломов, С. Максименко, В. М'ясіщев, В. Ольшанський, К. Платонов, В. Рибалка) і зарубіжних дослідників (Р. Бейлз, Т. Клаус, Р. Кратчфілд, Дж. Морено, Т. Парсонс). Однак не дивлячись на значний інтерес з боку дослідників до цієї проблеми і відповідні успіхи в цій сфері, проблема психологічного впливу, залишаючись однією з основних, є найменш розробленою проблемою в науковій психології. Різним аспектам проблеми впливу присвячені дослідження Є. Л. Доценка, Г. О. Ковальова, І. П. Манохи, О. В. Сидоренко, В. О. Татенка, Ф. Зімбардо, Д. Майерса, С. Мілграма, Р. Чалдіні. За переконанням В. Кулікова, проблема психологічного впливу

виступає одночасно в теоретичному та прикладному ракурсах. В ній органічно пов'язані запити суспільної практики і самої психологічної науки. Способи психологічного впливу являються способами управління і самоуправління психічними явищами. Міжособистісний психологічний вплив може досягнути бажаних результатів тоді, коли суб'єкт впливу володіє набором спеціальних, професійних умінь. Серед них В. Куліков називає: уміння визначати і формулювати конкретні цілі й завдання впливу, які враховують вимоги суспільства чи аудиторії; вміння швидко розбиратися в тих людях, на яких повинен спрямовуватися вплив, розуміти їх психологічні особливості та стан; уміння вибирати найбільш ефективні способи і прийоми психологічного впливу, враховуючи при цьому мету і особливості того, на кого він спрямований. За результатами аналізу вітчизняної та закордонної літератури, М. Поліщук зазначає, що психологічний вплив спричиняє конкретні зміни у психологічній структурі особистості, а також свідомості груп людей і суспільній свідомості загалом, зачіпаючи наступні сфери: потребово-мотиваційну (знання, переконання, ціннісні орієнтації, потяги, бажання); інтелектуально-пізнавальну (відчуття, сприйняття, уявлення, уява, пам'ять і мислення); емоційно-вольову (емоції, почуття, настрої, вольові процеси); комунікативно-поведінкову (характер і особливості спілкування, взаємодії, взаємовідносин, міжособистісного сприйняття). Це означає, що психологічний вплив тільки тоді дає найбільший реальний ефект, коли враховуються властиві цим конкретним сферам особливості функціонування індивідуальної, групової та суспільної свідомості.

Основний закон акмеологічного впливу полягає в тому, що рівень ефективності прямо пропорційно залежить від рівня розвитку міжособистісних стосунків, який визначається ступенем довіри між сторонами інтерсуб'єктивної взаємодії. На думку В. Маркіна, гуманістичний, акме-спрямований ціннісний код акмеологічного впливу закладений в методологічних принципах акмеології як науки і складає базовий зміст акмеологічної компетентності. Тому, як зазначає О. Кириченко, навчання спеціалістів системи «людина-людина» психології акмеологічного впливу, а також технології його застосування прискорить досягнення ними рівня професіоналізму.

Кожна людина стає мішенню впливу безлічі інших людей, які раніше не мали можливості на кого-небудь впливати внаслідок

док відсутності в них відповідного статусу та повноважень. З іншого боку, розширились можливості не тільки впливу, але і протистояння чужому впливу, тому успіх впливу став набагато більшою мірою залежати від індивідуальних психологічних можливостей тих, хто впливає, і тих, хто відчуває вплив.

Як показує досвід практичної роботи, і перш за все групового психологічного тренінгу, для багатьох людей стає звично безнадійним мукою пошук психологічно коректних способів впливу на інших людей – будь то власні діти, батьки, підлеглі, начальники, ділові партнери і т. п. Характерно, що для більшості актуальною проблемою є не стільки те, як впливати на інших людей, скільки те, як протистояти їх впливу. Суб'єктивно набагато більше психологічне страждання викликає відчуття безнадійності власних спроб подолати чужий вплив або відсторонитися від нього психологічно виправданим чином. Власна нездатність впливати на інших людей переживається набагато менш гостро. Іншими словами, більшості людей здається, що методами впливу вони володіють достатньою для них ступеня, а ось методами протистояння чужому впливу – явно не достатньою.

Таким чином, проблема впливу людини на людину є центральною для дослідження спілкування. Цей вплив залежить від того, які інтереси, цінності та установки стоять за бажанням людини досягти того чи іншого результату спілкування. Це визначає, чи людина діє виключно у власних інтересах, використовуючи інших лише як засіб досягнення мети, чи прагне взаємодіяти із ними на рівноправних партнерських умовах.

## **ВЧЕННЯ Ж. ПІАЖЕ ПРО РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУ ДИТИНИ**

**Г. В. Жолубак**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-12

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук, науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Творцем найбільш глибокої і впливової теорії розвитку інтелекту став швейцарець Жан Піаже (1896–1980). Ця теорія і досі залишається популярною. Він трансформував основні поняття інших шкіл: біхевіоризму (замість поняття реакції висунув по-

няття операції), гештальтизму (гештальт поступився місцем поняттю структури) і поглядів П'єра Жане (перейнявши у нього висхідний принцип інтеріоризації, як ми вже знаємо, за Сеченовим).

Жан Піаже належить до тих рідкісних вчених, кому ще в самому початку дослідної роботи вдалося поставити центральну проблему і намітити основний шлях. Це рішення, і надзвичайна працездатність дали можливість побудувати теорію, яка охопила безліч проблем, пов'язаних основною лінією дослідження загальних закономірностей розвитку інтелекту. Його головною темою стало вивчення витоків наукового пізнання. За кількістю поставлених питань, написаних книг і статей, ерудиції в різних галузях знання, впливу на дослідження в різних країнах і, нарешті, але числу послідовників і супротивників його ідей серед сучасних видатних психологів Ж. Піаже, мабуть, немає рівних. Воістину він був першим серед рівних.

Піаже прийшов у психологію тому, що в ній зішлися його біологічні, філософські та логічні інтереси. У молодості під впливом А. Бергсона для нього відкрилася нова сторона проблеми пізнання – можливість його біологічного пояснення. Піаже вважав, що ця задача не може бути вирішена безпосередньо шляхом міркування, так як між біологією і теорією пізнання існує розрив, заповнити який може психологія, а не філософія, як гадав Бергсон. Виходячи з перспективи створення генетичної епістемології – науки про походження і розвиток наукового знання, Піаже перевів традиційні питання теорії пізнання в області дитячої психології і приступив до їх експериментального рішення.

Специфіка підходу Ж. Піаже полягає в тому, що він розглядав інтелект (в тому числі і знання) як дію, тобто як те, що рухається, знаходиться в постійному процесі зміни. Досить навести приклад того, як учений розуміє сприйняття. З позиції здорового глузду сприйняття являє собою відбиток образу об'єкта в свідомості людини. Цей відбиток виникає щоразу, коли людина відкриває очі. З погляду Ж. Піаже, зоровий образ об'єкта являє собою не відбиток, а спосіб розгляду об'єкта людиною. Цей спосіб виникає не відразу, а поступово виробляється в міру розвитку дитини. Тому дошкільник бачить об'єкти інакше, ніж дорослий. (Дуже часто дорослі не розуміють цього і думають, що достатньо дитині показати що-небудь, і він буде бачити це

так само.) Подібним чином будь-які інші знання не є застиглими картинками, а являють собою процеси.

Інтелект дитини розвивається протягом тривалого періоду часу. Причина розвитку інтелекту полягає у вдосконаленні механізмів адаптації. Згідно Ж. Піаже адаптація є стан рівноваги між організмом і навколишнім середовищем. Наприклад, якщо дитина хоче отримати нову іграшку, але не отримує її, він ще не знаходиться в стані рівноваги. Коли ж іграшка потрапляє в руки дитини, він досягає рівноваги. У більш зрілому віці рівновага досягається тоді, коли, наприклад, учень вирішує поставлену перед ним арифметичну задачу. Оскільки в теорії Ж. Піаже розглядаються механізми адаптації, слід враховувати, що всякий механізм з чогось зроблений. В якості одиниць, з яких будується інтелект, Ж. Піаже виділив дію, а точніше схеми дій. У новонародженого вже присутні готові схеми, що забезпечують первинну адаптацію до середовища. В якості таких схем виступають схеми дихання, смоктання, зору і т. д. Особливість схеми полягає в тому, що вона має тенденцію до повторення, тобто всяка схема, за Піаже, несе в собі власний мотив. Крім того, схема володіє двома властивостями: асиміляцією і акомодациєю. Головними чинниками, що визначають дитяче розвиток, є, з одного боку, спадковість, а з іншого – середовище, з яким взаємодіє вроджена схема.

Свої нові теоретичні уявлення Піаже будував на міцному емпіричному фундаменті – на матеріалі розвитку мислення і мови у дитини. У працях початку 20-х років «Мова і мислення дитини», «Думка і висновок у дитини» тощо Піаже, використовував метод бесіди, запитував, наприклад, чому рухаються хмари, вода, вітер? Звідки беруться сніг? Чому плаває човен тощо.

Ж. Піаже зробив висновок про те, що доросла людина роздумує соціально, тобто в думках звертаючись до інших людей, навіть коли вона залишається із собою віч-на-віч. Дитина роздумує егоцентрично, навіть коли перебуває в середовищі інших.

За шістдесят років наукової роботи Піаже написав окремо і в співавторстві 52 книги і 458 статей!

В роботі Піаже як вченого вражає широта і універсальність. Він вивчав генезис уявлень дитини в галузі логіки, розвиток елементарних фізичних і математичних уявлень (про простір, час, причинність, рух, швидкість, числі, ймовірно, порядку); досліджував розвиток у дитини моралі, ігри, наслідування,



мови, свідомості; в полі його уваги був широкий спектр психічних процесів (мислення, сприйняття, пам'ять, воля). Воістину титанічна робота! Піаже підняв психологію на таку висоту, що до її фактами з інтересом ставилися видатні вчені ХХ ст. По відношенню до ранніх робіт молодого автора його ровесник і опонент Л. С. Виготський особливо підкреслював, що роботи Піаже відзначені історичним значенням. Багато пізніше, знайомлячись з фактами Піаже, Ейнштейн зауважив, що психологія набагато складніше фізики.

## **СТАН СТРЕСУ, ЙОГО ПРИЧИНИ І НАСЛІДКИ**

**Т. О. Прохоренко**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Фіп-11

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Стрес, на жаль, є однією з реалій сучасного життя, тож уникнути його неможливо. Але ми можемо його долати. Стрес – серйозна недуга сучасного світу, на який не можна не звертати увагу.

В Україні 4 з 10 чоловік, яким не виповнилося 50 років, схильні до впливу стресу. Сильна навантаження на роботі, брак часу, відпочинку і сну – це лише одні з небагатьох факторів, які викликають у людини стресовий стан, який затягується на довгий час і є причиною розвитку нових проблем зі здоров'ям.

Кожен з нас регулярно стикається з почуттям сильного нервового напруження, від якого не так легко позбутися. У відповідь на непередбачену ситуацію різко погіршується самопочуття, з'являється почуття тривоги або злості, розсіюється увага. Саме це і називається стресом. Насправді це реакція організму на неприємну ситуацію, яка може лякати, дратувати або погрожувати. Якщо причину стресу усунути, напруга знизиться, і людина заспокоїться, проте при тривалому впливі стресового чинника цей стан перетворюється на хронічне. Стрес – серйозне нерве потрясіння, яке може привести до розвитку захворювань і загального погіршення самопочуття людини.

Хоч би скільки вам було років і хоч би якою була причина напруження – труднощі на роботі чи в школі, – хронічний стрес

може завдавати серйозної шкоди вашому здоров'ю. Вчені зазначають: «Реакція організму на стрес чимось схожа на літак, який ось-ось має злетіти». Дійсно, коли ви відчуваєте напруження, частота ударів вашого серця і кров'яний тиск зростають, вміст цукрів піднімається і в кров викидаються гормони. Цей фахівець далі каже: «Якщо людський організм часто зазнає стресу, то мозок, серце, легені, судини і м'язи постійно надто активізуються або ж, навпаки, сповільнюють свої функції. З часом це може завдати шкоди тілу і психіці». Стрес зумовлює розвиток сили-силенної хвороб, як-от серцевих захворювань, інсульту, раку, діабету, розладів імунної системи і скелетно-м'язового апарату тощо.

Стрес є реакцією організму людини на різного роду подразники, незалежно від того, позитивним чи негативним.

У сучасному світі число таких факторів-подразників неймовірно велика, причому, з кожним днем вона збільшується. Відповідно, навантаження, яку повинен витримувати організм людини значно зростає.

Стрес (stress в перекладі з англійської – це стан вищого напруги, навантаження). Таким чином, людина, перебуваючи в постійному напруженні від частих стресів не може повною мірою насолоджуватися життям, плідно працювати.

Фізіологічний стрес пов'язаний з об'єктивними змінами умов життєдіяльності людини. Стресорами при цьому можуть бути мікроклімат, радіація, шум, вібрація, природні стихійні лиха (землетрус, повінь, виверження вулкана) та навіть затоплення квартири сусідами. Психоемоційний стрес виникає з особистої позиції індивіда. Людина реагує на те, що її оточує згідно зі своєю інтерпретацією зовнішніх стимулів, яка залежить від особистісних характеристик, соціального статусу, рольової поведінки, віку, вихованості, життєвого досвіду. Скажімо, крадіжка гаманця для одного стане стимулом бути уважнішим, сконцентрованим, більше попрацювати, щоб повернути втрачене. А іншого навпаки охопить апатія, відчуття своєї нікчемності та постійного невезіння. Повна відсутність стану стресу при впливі збуджуючих факторів означає смерть. Здатність організму до адаптації поступово втрачається з віком.

Чи це означає, що стрес завжди шкідливий? Ні. Доктор Меліса Штоплер зазначає: «Незначний стрес може бути навіть корисним. Якщо ми працюємо над якимсь завданням чи виконує-

мо певні обов'язки і при цьому відчуваємо невелике напруження, це спонукує нас працювати з ентузіазмом і досягати добрих результатів».

Коли ж стрес починає завдавати шкоди? «Лише тоді, коли він надто сильний або коли людина вибирає неправильний спосіб розв'язання проблеми», – говорить Меліса Штоплер.

Отже, при ритмі сучасного життя без стресу нікуди. Нас оточує величезна кількість несприятливих факторів. Пригніченість, погане самопочуття – ось головні ознаки стресу. Але потрібно намагатися зробити все, щоб подолати його і забути про його негативні наслідки та погане самопочуття.

## **ПРИРОДА, ФУНКЦІЇ, УМОВИ ПОЯВИ ПОЗИТИВНИХ ТА НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЙ**

**Е. О. Ільченко**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи Філ-11

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Емоції відіграють важливу роль у житті людини. Різні емоційні переживання, виникнувши в процесі активної взаємодії зі світом та іншими людьми, самі починають впливати на характер і успіх тієї чи іншої діяльності. Особливо велике значення має емоційна мотивація в умовах вольових дій, пов'язаних з подоланням серйозних труднощів і перешкод, які зустрічаються на шляху до досягнення мети. Чим вища мета, яку ставить перед собою людина, тим емоційно насиченою його життя. Через виразність мовлення, інтонацій, жестів, міміки людина проявляє своє емоційне ставлення до інших людей.

Емоції і почуття розвиваються і закріплюються, коли вони знаходять реальний прояв у житті. Вони багато в чому залежать від способу життя людини.

Існує багато теорій емоцій, у тому числі З. Фрейда, Джеймса-Ланге, Барда, Адлера. Проте ці теорії не були підкріплені фізіологічними механізмами. Найбільш обґрунтованою є центральна теорія емоцій У. Кеннона, в якій була висловлена думка про існування спеціальних емоціогенних структур мозку, що породжують позитивні та негативні переживання людини. На

сьогодні експериментально доведено, що стимуляція структур лімбічної системи й гіпоталамуса викликає як у тварин, так і у людини емоційні реакції різного спрямування. Вона підтверджена великим накопиченням нейрофізіологічних, біохімічних, морфологічних та фармакологічних даних.

Безумовно, емоція залежить і від інших факторів, відомих і ще не відомих. До відомих належать: а) індивідуальні (типологічні) властивості суб'єкта; б) фактор часу, залежно від того як стрімко розвивається емоція – швидко, у вигляді афекту, або настрою, що триває годинами, днями, тижнями; в) якісні особливості внутрішньої потреби. Емоції, що утворюються на базі соціальних і духовних потреб, називають відчуттями. При малій імовірності уникнення небажаної дії виникає відчуття тривоги, мала вірогідність досягнення бажаної мети викликає фрустрацію. Проте всі фактори обумовлюють лише багатогранність емоцій, в той час як необхідними факторами є лише два – потреба та імовірність її задоволення.

Традиційно виокремлюють дві основні функції емоцій та почуттів: оцінну та спонукальну.

Оцінна функція полягає в тому, що в емоціях завжди наявна оцінка. Згідно з інформаційною теорією емоцій П. В.Симонова, емоція – це відображення відношення між величиною потреби та вірогідністю її задоволення саме в цей момент. Живій істоті потрібно розрізняти впливи, оцінювати їх і будувати на цьому свою поведінку. В оцінці виявляється ставлення до цілей. Емоція виникає через недостатність знань, необхідних для досягнення цілей, і компенсує цю недостатність. Саме емоція забезпечує продовження пошуку нової інформації. Емоції виникають щоразу, коли задоволення потреби не відбувається, коли дія не досягає мети. Спонукальна функція емоцій полягає в тому, що вони визначають спрямованість діяльності, забезпечуючи її пристрастністю.

Оцінна і спонукальна функції емоцій дозволяють виокремити ще одну істотну їх функцію – сигнальну. Емоції та почуття є системою внутрішніх сигналів про те, що з того, що відбувається у світі, має велике значення для людини як для особистості. Певні подразники виступають як сигнали благополуччя або неблагополуччя, а почуття, що переживаються, як підкріплення систем умовних рефлексів, з яких складається особистий досвід людини.

Людина не тільки сприймає навколишній світ, але й впливає на нього. До всіх предметів та явищ у неї є певне ставлення. Читаючи книгу, слухаючи музику, відповідаючи урок або спілкуючись з друзями, люди переживають радість, сум, піднесення, засмученість. Життя людини без емоцій неможливе. Втрата емоцій – це втрата специфічних для людини рис. Нормальне життя повинне бути емоційно насиченим з переважанням позитивних емоцій. Бурхливі негативні емоції призводять до розвитку психічних і соматичних хвороб людини. Тому необхідно попереджувати їх розвиток. Уміння володіти собою і різних ситуаціях набувається в процесі виховання, самовиховання та є ознакою високої культури людини.

## **ПРАКТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ**

**О. О. Ошурко**, студентка напряму підготовки «Фіолологія», групи ФІЛ-12

**С. О. Шара**, к. пед. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Змішування культур, індивідуалізація людини, розмаїття релігійних й ідеологічних переконань, поліетнічність, інтенсифікація комунікативних інтеракцій, зростання «інакшості» з особливою гостротою ставлять питання щодо формування толерантності у стосунках між громадянами суспільства та виховання толерантності у підростаючого покоління у світі загалом і в Україні зокрема.

Толерантність завжди залишалася важливою загальнолюдською цінністю й основою для розбудови власне людських контактів, конструктивної взаємодії на різних рівнях: у взаєминах між окремими особистостями, між різними соціальними групами, культурами тощо. Вона надає можливість існувати складним багатонаціональним державним утворенням.

Термін «толерантність» походить від латинського *tolerantia* і в самому широкому значенні перекладається як терпимість. Толерантність є предметом уваги широкого кола науковців, зокрема і психологів.

Значне місце в роботах психологів посідає вивчення толерантності в контексті ціннісно-смыслового підходу як особистісної цінності і цінності соціокультурної системи (Н. А. Асташова, О. А. Бенькова, С. Д. Максименко, Л. І. Рюмшина, Г. У. Солдатова та ін.).

Окремим напрямком психологічних досліджень є вивчення толерантності до невизначеності (А. І. Гусев, Є. Г. Луковицька, П. В. Лушин, Н. В. Шалаєв) та фрустраційної толерантності (Л. М. Мітіна, І. Г. Попик, О. А. Холодова).

У зарубіжній психології розробки проблеми толерантності представлені у дослідженнях стресостійкості й соціальної адаптації (С. Кобейс, Р. Page, Т. Холмс); механізмів і проявів агресії (А. Басс, Л. Берковіц, Х. Хекхаузен); національної, релігійної й расової нетерпимості, ксенофобії (Г. Айзенк, Т. Адорно, М. Боуен, Т. Нельсон); особливостей особистості, що самоактуалізується (А. Маслоу); характеристик толерантної та інтолерантної особистості (Г. Олпорт); механізмів емпатії (Е. Еріксон, К. Роджерс); толерантності до невизначеності (С. Баднер, Д. Маклейн) тощо.

Індивідуально-психологічний аспект вивчення толерантності спрямований на психологічні особливості, що допомагають особистості розбудовувати позитивні конструктивні стосунки як з оточуючими, так у системі власної Я-концепції. Така широка дефініція відповідного аспекту толерантності свідчить про різноманіття залучених у систему толерантності індивідуально-психологічних складових, що мають когнітивний, афективний і поведінковий характер.

Правомірність виокремлення індивідуально-психологічного аспекту толерантності і відповідних складових й умов цього феномену підтверджується роботами низки дослідників (зокрема, праці С. Л. Братченка й І. В. Шкуратової), що вивчають розвиток і природу толерантності. Так, О. Б. Скрябіна, описуючи толерантність, виокремлює тріаду компонентів: когнітивний, емоційний і поведінковий.

Цей підхід дозволяє вдало систематизувати індивідуально-психологічні особливості толерантності як системної характеристики особистості.

Толерантність є системною характеристикою особистості, що має рівневу структуру детермінації: психофізіологічний, індиві-

дуально-психологічний і соціально-психологічний рівні. Виходячи з системно-рівневого розуміння, запропоновано розглядати толерантність як прийняття (толерантність на соціально-психологічному рівні), поблажливість (толерантність на індивідуально-психологічному рівні) та витривалість (толерантність на психофізіологічному рівні).

Переважній більшості студентів притаманний середній рівень вираженості толерантності. Найбільш виразними проявами інтолерантності в наших студентів є категоричність та невміння приховувати почуття, а найменш виразними – нетерпимість і невміння пристосовуватися.

Певна відсутність таких базових для толерантності характеристик як неупередженість, прийняття різних субкультур компенсується увагою до почуттів і дій інших, умінням адаптуватися до оточуючих. Виявлено, що студенти перевершують студенток за рівнями категоричності, наявності певних жорстких установок по відношенню до тих чи інших груп людей, нетерпимості до певних розбіжностей між різними людьми, тобто юнаки є менш толерантними у відповідних аспектах, ніж дівчата.

Актуальність проблеми толерантності обумовлена пошуком нових підходів до вирішення і подолання соціальних конфліктів, війн, а також явищ, які стосуються проблематики Голокосту, що вивчаються як у контексті окремих аспектів міжнаціональних відносин в умовах війни; так і у контексті викладання історії Голокосту та історії міжнаціональних відносин в сучасній Україні.

Є думки інших людей, які ми приймаємо без будь-яких обмежень, абсолютно спокійно, а є думки, відмінні від наших, до яких ми непримиренні. Неможна однозначно стверджувати, що більш високий рівень толерантності завжди важливіший. Є сенс прислухатися до тих, хто ставить проблему меж толерантності. Надмірне, неадекватне обставинам підвищення толерантності (як виражаються деякі соціологи – «толерантність без берегів») може вести до ослаблення опірності й збільшення уразливості людини, зниження її диференціальної чутливості (у широкому сенсі), і навіть більш того – до виникнення погроз для індивідуальності, ідентичності.

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

**В. С. Федій** студентка напряму підготовки «Туристичний бізнес», група Т-11

**І. С. Тодорова**, к. психол. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Найважливішим фактором у роботі туристичної фірми є розуміння побажань клієнта. Необхідно знати причину, мотив, що спонукав їх вибрати той чи інший туристичний продукт, їхні очікування від поїздки. Для досягнення даної мети фахівцями часто використовуються різні психологічні теорії мотивації та потреб людини. Туризм тісно пов'язаний також із соціальною психологією, зокрема з такими її розділами в яких вивчаються взаємини людей у процесі відпочинку, процеси комунікацій в групі, конфлікти, пов'язані з подорожами і туристськими послугами та шляхи їх досудового розв'язання.

Важко переоцінити роль якісної психологічної підготовки менеджера туристичних послуг. В туристичній подорожі необхідно дбати про ситуації збереження не тільки фізичного, а й психологічного здоров'я клієнтів. Наприклад, переживання клієнта через не відповідність придбаного туристичного продукту власним уявленням про поїздку та інше. Також гість може впасти у зневіру і відчай, опинившись у новій, незнайомій для себе обстановці. Коли мова йде про екстремальний туризм – нервова система туриста може не впоратися з навантаженнями – людина може запанікувати, зірватися.

Все це є важливими моментами при роботі з клієнтами, що говорить про необхідність заздалегідь оцінювати психологічну стійкість туриста як про ще один фактор безпеки. Менеджер з туризму має вміти оцінити ступень прийнятного для клієнта ризику. Тому, деякі сучасні туристські підприємства при продажі окремих видів туристичних продуктів пропонують клієнтам пройти психологічне тестування, згідно з яким виявляється ступінь готовності туриста до проходження даного маршруту та те, чи варто йому взагалі на нього погоджуватися. При роботі з відповідним напрямом менеджери туристичних фірм обов'язково інформують про небезпеку туру і дають рекомендації щодо фізичної та психологічної підготовки.



Тим не менш, слід зазначити, що сучасна туристська індустрія поки ще не приділяє достатньої уваги психологічному стану туриста, залишаючи цю проблему для гіда-провідника, який вже безпосередньо на маршруті може визначити, кому з клієнтів було би краще відмовитися від конкретного походу або подорожі.

Нерідко сучасна людина перебуває в умовах метушні, шуму, відсутності можливості для відпочинку, постійному поспіху, що здійснюють негативний вплив на її фізичний та емоційний стан. Саме для людей такого способу життя туроператори розробляють особливий вид відпочинку – психологічний туризм.

Психологічний туризм дозволяє відновити психологічний стан людини, якщо значну частину доби її повсякденного життя оточують різного роду проблеми та рутинні завдання. Такий відпочинок є корисним також для тих, хто налаштований на постійний розвиток та вдосконалення. Він є чудовою можливістю для розкриття внутрішнього потенціалу клієнта та налаштовує його на позитивні емоції і дії.

Негативні переживання, такі як гнів, страх або поганий настрій знижують працездатність, позбавляючи людину сил і душевної рівноваги. Нові емоції та враження, отримані від подорожі, допоможуть клієнту спрямувати життя на більш гармонійний шлях. Якщо турист поряд з відпочинком буде отримувати одночасно і психологічні навички, то по закінченню туру він зможе спостерігати в собі позитивні зміни.

### **Список використаних джерел**

1. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – Київ : Центр учб. л-ри, 2007. – 344 с.
2. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – Київ : Знання, 2011. – 334 с.
3. Бардин К. В. Азбука туризма: (О технике пешеходных путешествий) : пособ. для учителей, руков. турист. походов / Бардин К. В. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Просвещение, 2000. – 205 с.
4. Линчевский Э. Э. Психологический климат туристской группы / Линчевский Э. Э. – Київ : Физкультура и спорт, 1994. – 111 с.

## ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ЖИТТЯМ СТУДЕНТАМИ РІЗНОГО ВІКУ

**А. С. Бублій**, студентка спеціальності «Міжнародні економічні відносини», група МЕВ МБ-11

**І. С. Тодорова**, к. психол. н., доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Однією з найактуальніших соціальних проблем сучасності є допомога людині у засвоєнні технології благополучного життя шляхом формування позитивних рис характеру, переживанню позитивних емоцій, створення та укріплення відповідних соціальних інститутів. Навчальний заклад є одним з тих соціальних інститутів, що сприяють психологічному благополуччю студентів. Метою проведеного нами дослідження було з'ясування наявності зв'язку між задоволеністю студентами власним життям та їхнім віком. Досліджувані складалися з двох вікових груп: студенти першого курсу денного відділення та студенти університету третього віку ПУЕТ.

Відповіді на перше питання – «Ви задоволені своїм життям в цілому?» представлені у табл. 1. Так, студенти першого курсу відповіли таким чином: задоволені – 41 %, скоріше за все задоволені – 53 %, скоріше за все незадоволені – 0 %, не задоволені – 6 % досліджуваних. Середній бал задоволеності життям в цілому для студентів склав «+1,28». Відповіді студентів університету третього віку були такими: задоволені – 26%, скоріше за все задоволені – 55 %, скоріше за все незадоволені – 15 %, не задоволені – 4 %, а середній бал є «+1», що, за даними дослідження О. Г. Коваленко, є вищим за середній показник для людей цього віку [1].

**Таблиця 1 – Оцінка студентами рівня задоволеності своїм життям**

Досліджувані студенти	Не задоволені (–2)	Скоріше не задоволені (–1)	Скоріше задоволені (+1)	Задоволені (+2)
Перший курс	6 %	0 %	53 %	41 %
Університет третього віку	4 %	15 %	55 %	26 %

На питання про бажання зміни у власному житті 23 % студентів першого курсу зазначили, що хотіли б вдосконалити себе (вивчити іноземну мову, змінити характер, краще ставитися до навчання); місце проживання хотіли б змінити 16 %; виправити помилки хотіли б 23 % досліджуваних студентів; 7 % хотіли б відкрити свою справу або ж змінити рід діяльності; 1 % відзначили, що змінили б зовнішність (колір очей, тіло тощо); не відповідали на питання 30 % першокурсників.

Змістовні відповіді щодо найбільш приємного в житті студентів першого курсу були класифіковані за такими напрямками: родина, кохання, досягнення у навчанні, спорт та інше. Родина зосереджує найбільш приємне в житті для 53 % досліджуваних студентів першого курсу; кохання – найбільш приємне для 30 % досліджуваних; досягнення у навчанні виокремили як найбільш приємне 33 % першокурсників; спорт є найбільш приємним у житті 7 % досліджуваних; інше (вихідні, можливість відпочинку тощо) обрали 13 % досліджуваних.

Студенти університету третього віку на питання про наявність бажання змінити щось у власному житті надали такі відповіді: «Нічого б не змінили у власному житті» – 10 % опитуваних; не дали відповіді 6 % респондентів; інші респонденти надали змістовні відповіді, які були класифіковані за кількома напрямками: вид діяльності, політика, місце проживання, мандрівки, родина, робота над собою та здоров'я. Вид діяльності не задовольняє 23 % досліджуваних, вони прагнуть змінити професію, відкрити бізнес. Владу та уряд, рівень життя та соціальні гарантії (пенсійне забезпечення) не влаштовує 19 % досліджуваних; країна проживання не влаштовує – 12 % опитуваних. Більше мандрувати хотіли б 11 % досліджуваних; робота над собою бажана для 16 % опитуваних («хотіли б більше навчатися, вдосконалювати себе»); 18 % досліджуваних прагнуть до змін у власних родинях; здоров'я турбує 13 % досліджуваних. Отже, літні люди частіше схильні змінювати різні аспекти свого життя, а не власну особистість. Більшість бажаних змін у їхньому житті стосується способу і місця проживання, професійної зайнятості, фінансового забезпечення.

Відповіді літніх осіб на питання щодо найбільш приємного в їхньому житті можна виокремити за такими напрямками (від найбільш часто згадуваних до найменш): родина, навчання, життєздатність, відсутність війни, мандрівки, саморозвиток, відпочи-

нок та незалежність. «Нічого приємного» відповіли 3 % досліджуваних студентів університету третього віку.

За результатами дослідження можна прийти до висновку, що незалежно від віку, найголовнішим для більшості студентів є родина, спілкування з близьким та родичами, а також взаєморозуміння між ними; на другому за значенням місце знаходиться прагнення до саморозвитку та вдосконалення своїх знань. Студенти університету третього віку мають вищий рівень задоволеності життям у порівнянні із загальною вибіркою осіб літнього віку.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Коваленко О. Г. Міжособистісне спілкування осіб похилого віку: психологічні аспекти : монографія / О. Г. Коваленко. — Київ : Інститут обдарованої дитини, 2015. — 456 с.

## СЕКЦІЯ 31. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ

---

### СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

**М. Ісенко, Є. Стрижак, Т-12**

**О. П. Кошова**, к. пед. н., доцент кафедри вищої математики і фізики – науковий керівник

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

В основу практично всіх досліджень як внутрішнього, так і міжнародного туризму, покладені статистичні дані. Тому проблемами статистичного обліку є одними з центральних у вивченні сфери туризму. Зростання обсягу та економічного значення туризму супроводжувалося розвитком статистики. Поступово прості облікові операції ускладнювалися, вони почали включати елементи аналізу туристської міграції. На сьогодні статистика туризму охоплює величезне коло питань. Статистичні дослідження проводять для того, щоб виявити, як туризм впливає на економіку країни, на платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів. За кожним із перелічених напрямків статистичного дослідження стоїть конкретний користувач інформації. Це уряди, національні туристські адміністрації та підприємства – виробники туристських товарів і послуг. У процесі роботи вони всі потребують нову інформацію про туризм та визначають її зміст, обсяг, форми та періодичність надходження.

Для розв'язання основних проблем статистика туризму має вирішувати такі завдання: організація та проведення статистичного спостереження в туризмі; удосконалення системи показників у цій сфері; аналіз динаміки та структури туристських потоків; аналіз забезпеченості туризму матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами; аналіз розвитку туристської інфраструктури: засобів з розміщення туристів, харчування, транспортних засобів та ін.; аналіз фінансового стану підприємств туризму; аналіз доходів і витрат міжнародного туризму; аналіз внеску туризму в економіку країни.

Окремо зупинимося на завданні статистики туризму, пов'язаному із аналізом тенденцій розвитку туризму, як явища та оцінки впливу різних факторів на показники туризму. Факторами розвитку туризму є як природно-географічні, політичні, вплив яких статистичними методами оцінити важко, так і фактори, вплив яких можна оцінити за допомогою методів статистики. До них належать: демографічні (зміна загальної чисельності, у тому числі чисельності міського населення як одного з основних споживачів послуг туризму, зміна статевої та вікової структури населення); соціально-економічні (зміна доходів населення, зміна вартості витрат на послуги туризму (збільшення тарифів на транспортні послуги, енергоносії, харчування), зростання тривалості вільного часу, тривалості відпусток, зростання рівня освіти);

Основними показниками статистики туризму в Україні є: іноземного туризму: кількість іноземних відвідувачів, кількість іноземних туристів; внутрішнього туризму: кількість внутрішніх туристів; екскурсійна діяльність: кількість екскурсантів; зарубіжний туризм: кількість зарубіжних відвідувачів, кількість зарубіжних туристів; туристична індустрія: кількість суб'єктів галузі туризму; зайнятість у туризмі: чисельність працівників галузі туризму; економічні показники туризму: обсяг туристського споживання, обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму.

У межах нашої наукової роботи нами було проведено статистичне дослідження, метою якого була дізнатися куди подорожують викладачі і студенти нашого факультету, чи подорожують взагалі і який відсоток бюджету своєї сім'ї вони готові віддати на подорожі. Провівши дослідження ми виявили, що найчастіше викладачі нашого факультету відвідували наступні країни: Польща, Німеччина, Туреччина та Росія, потім Італія, Нідерланди, Словаччина, Білорусь та інші. При цьому жодного разу (за останні 5 років) за кордоном не було 17 % викладачів. Крім того, в середньому викладачі готові витратити на подорожі від 20 до 10 % бюджету. Що ж до студентів, то, як часто буває, молодь носить рожеві окуляри. Тут ми побачили тенденцію до спадання з кожним курсом. Перший курс в середньому готові витратити 85 % бюджету, другий вже менше 70 % (напевне залишились ще ті, хто не відпрацював практику). А вже 3 курс готовий витрати 45 % від бюджету, але все ще є такі хто готовий

віддати й усі 100 %. Четвертий курс також мінус 10 % і 5 курс готові віддати 20 % тобто так, як і викладачі. При цьому 27 % студентів за кордоном не були за останні 5 років а флагманами є Туреччина, Польща, Єгипет, Росія та Болгарія. Проведене нами дослідження є тільки початковим етапом у математико-статистичному дослідженні туристичного бізнесу в Україні і буде нами продовжено на наступних курсах нашого навчання в університеті.

## СЕКЦІЯ 32. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ

### ЛІКУВАЛЬНЕ ПЛАВАННЯ

**С. В. Сапун**, студентка напряму підготовки «Товарознавства та комерційної діяльності», група ТКД-21

**Н. А. Новицька**, завідувач кафедри фізичного виховання, ст. викладач – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Плавання – вид спорту; метод профілактики і лікування різних захворювань. Розрізняють плавання: на поверхні води (спортивне, оздоровче, прикладне, лікувальне, ігрове) і підводне плавання і інші.

Лікувальне плавання – одна з форм лікувальної фізичної культури, особливістю якої є одночасний вплив на організм людини води і активних (рідше пасивних) рухів.

Основними завданнями лікувального плавання є:

- придбання навичок плавання;
- навчання правильному диханню;
- корекції плоскостопості;
- загартовування;
- виховання і закріплення навичок правильної постави;
- створення фізіологічних передумов для відновлення правильного положення тіла;
- можливої корекції початкової деформації хребта, поліпшення координації рухів;

Лікувальне плавання включає різноманітні комплекси спеціальних фізичних і плавальних вправ, використання різних стилів плавання та їх елементів.

Ефект від систематичних занять нам дають *можливість*:

Підвищують рівень здоров'я та підтримують ідеальну вагу.

Фізично загартовують організм та попереджують м'язову дряблість.

Підвищують енергетику людини, її розумові здібності.

Покращують імунітет та опір стресам.

Загартовують нервову систему, людина стає більш психічно врівноважена.

Розвивають впевненість у собі, дисциплінованість.

Підвищують працездатність та результативність роботи.



## Список використаних джерел

1. Булатова М. М. Плавання для здоров'я / Булатова М. М., Сахновський К. П. – Київ, 1988.
2. Каптелін А. Ф. Гідрокінезотерапія в ортопедії і травматології / Каптелін А. Ф. – Москва, 1986.
3. Полісян Г. В. Лікувальне плавання при порушеннях постави та сколіозі у дітей / Полісян Г. В., Петренко Г. Г. – Київ, 1980.

## ЙОГА – ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ

**Д. В. Гуральчук**, студентка напряму підготовки «Товарознавство та комерційна діяльність», група ТКД-21

**Н. А. Новицька**, завідувач кафедри фізичного виховання, ст. викладач – науковий керівник  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Йога – це вчення, що включає в себе сукупність психічних і фізичних вправ, які спрямовані на роботу очищення душі і тіла. Це необхідно для подолання життєвих труднощів, призводить до спокою і задоволеністю долею, що може поліпшити і підвищити якість життя.

Сьогодні існує більше ніж 100 різних шкіл та інститутів йоги, та найбільш популярним видом йоги в західних країнах є Хатха-йога.

Один з інститутів у Нью-Йорку – Вестчестер Інститут йоги відкрила Тао Порчон-Лінч. За спиною Тао кар'єра моделі, актриси, танцівниці, але найголовніше – інструктора з йоги. 3 000 людей з усього світу зараз є кваліфікованими фахівцями, завдяки цій установі. Сама Тао заряджається енергією від студентів. Вона вважає «найбільшою насолодою в житті людини довести, що він дійсно здатний на те, в чому він завжди був невпевнений».

Народилася вона 13 серпня 1918 року в Пондічеррі, Французької столиці Індії. У 8 років Тао почала займатися йогою. Саме тоді в тендітній дівчинці прокинулася пристрасть до цього цікавого вчення, яка не остигає по сьогоднішній день. Навіть ставши найстарішим інструктором йоги в світі за версією Книги рекордів Гіннеса, активна американка Тао Порчон-Лінч у свої 93 роки не збирається заспокоюватись. Енергійна бабуса захопилася ще й танцями.

Найголовніше, що йога сприяє: зміцненню слабких частин тіла без перенапруги; еластичності й рухливості суглобів; поліпшенню роботи серця і судин; виправленню функціональних і фізичних порушень; зниженню ваги; формуванню повноцінного дихання; поліпшенню сну; нормалізації кров'яного тиску; розвитку витривалості; підвищенню імунітету; усунення психічної й м'язової втоми.

### Список використаних джерел

1. <https://www.factday.net/8-6-tsikave-pro-yohu.html>.
2. <http://refbaza.com.ua/ref-760.html>.
3. <http://big-sister.ru/phsy-diary/sovety-ot-tao-poshon-linch.html>.
4. <https://snob.ru/selected/entry/135068>.

### КИКБОКСИНГ

**П. Ю. Букарова**, студентка 2 курса «Луганского Национального Университета имени Т. Шевченка» Институт культуры и искусств. Кафедра «Музыкальное искусство»

**Н. Н. Ахтырская**, ст. преподаватель кафедры физического воспитания

Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»

Родина кикбоксинга – США.

Название происходит от английских слов «kick» – бить ногой и «boxing» – бокс, со слов истории предложил Чак Норис – многократный чемпион данного вида спорта.

Первые соревнования получили названия All style Karate и Full-Contact Karate

Одним из первых чемпионов мира по кикбоксингу был Виталий Кличко. Обладатель званий «Почетный» и «Вечный». Шестикратный обладатель титулов чемпиона мира по кикбоксингу по версиям различных организаций.

Денис Беренчик – родом из Луганской области, города Краснодона. Украинский боксер-профессионал, заслуженный мастер спорта, серебрянный Олимпийский призер 2012 года, обладатель Кубка Украины 2009 года.

Преимущества кикбоксинга заключается в использовании разных нагрузок, развивающих: мышечную массу, выносливость, координацию движения, гибкость, моторику.

Стоит отметить, что кикбоксинг является отличным средством от стрессов. Также он дисциплинирует, которые, безусловно, вам пригодятся в повседневной жизни тренировка включает в себя такие этапы: психологический настрой, разминка, растяжка, работа на технику, работа в парах, работа на ОФП (общефизическая подготовка), заключительная часть (обычно это упражнения на растяжку, расслабление и приведение организма в спокойное состояние).

В настоящее время в кикбоксинге применяется разделение на весовые категории, хотя на заре зарождения никаких весовых категорий не было и помине

Крупнейшая из организаций кикбоксинга для любителей и профессионалов – Всемирная организация кикбоксерских организаций объединяет под своим крылом участников из 89 стран мира.

Экипировка спортсмена состоит из шлема, перчаток, футов – протекторы на ступни, щитков для голени, капы. Для девушек еще протекторы на грудь

Бои проводятся на боксерском ринге. Для любителей это 3 двухминутных раунда, для профессионалов от 6–8 раундов также по 2 минуты.

Бой за звание чемпиона обычно длится 12 раундов

Как и в боксе мужчины выходят с голым торсом и в шортах, а девушки в шортах и майке

Семи-контакт(ограниченный контакт) – в этом разделе запрещены сильные удары. Это больше похоже на условный поединок. После каждого удачного удара судья должен остановить бой и начислить очки. Больше всего ценятся удары ногами. Удар в голову выполненный в прыжке – 3 очка. Бойцы стараются не идти на сближение, а работать с дистанцией. Травмы в этом разделе большая редкость. Поэтому этот раздел рекомендуют детям начиная с 6 лет.

Лайт-контакт (легкий контакт) – также запрещены сильные удары руками и ногами. Темп боя значительно выше. Победа дается за лучшую работу руками и ногами (техника имеется ввиду), а также количество ударов.

Фул-контакт (полный контакт) – удары производятся без ограничений силы. Возможны нокдауны и нокауты. Наиболее зрелищный раздел.

Фул контакт с лоу-киком – разрешены удары по бедрах, как снаружи, так и изнутри. В остальном обычный фул контакт.

Кикбоксинг не только единоборство и спорт, а к тому же просто активный способ лечения болезней.

### **Список использованных источников**

1. Вікіпедія.
2. Електронний ресурс: [www.sed.ua](http://www.sed.ua).

## **ТРАВМАТИЗМ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ПРОФИЛАКТИКА ПРИ ПОВРЕЖДЕНИИ ОДА**

**Ю. С. Кириленко**, студентка первого курса ФИЯ китайский-английский языки

**Н. Н. Ахтырская**, ст. преподаватель кафедры физического воспитания – научный руководитель

Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»

Луганский национальный университет имени Т. Г. Шевченко

Травматизм считается «болезнью современного общества, которой уделяется слишком мало внимания». На сегодняшний день травматология представляет собой наиболее затратную сферу медицины, по сравнению с серединой 1990-х годов, расходы, связанные с травмами, выросли практически в два раза. До последнего времени травмы рассматривались как последствия «несчастных случаев», т. е. как случайные, непредсказуемые явления. К травме, как и к любому другому заболеванию, необходимо подходить с научной точки зрения, т. е. исследовать ее причинные факторы и осуществлять превентивные меры. Подобный подход продемонстрировал свою эффективность, приведя к сокращению смертности и уменьшению осложнений вследствие большинства заболеваний. О необходимости мер по профилактике травматизма свидетельствует уровень смертности вследствие травм. Следовательно, профилактика травматизма является принципиальным условием для сокращения уровня смертности, обусловленной травмами. Травмы могут быть изолированными, когда имеется повреждение одного органа или в пределах одного сегмента опорно-двигательного аппарата, например разрыв печени, перелом бедра. И множественные травмы – травмы, включающие несколько однотипных повреж-

дений конечностей, туловища, головы, т. имеются одновременные переломы двух и более сегментов или отделов опорно-двигательного аппарата. Сочетанные травмы. Травмы, сопровождающиеся повреждением опорно-двигательного аппарата и одного или нескольких внутренних органов, включая головной мозг. Под комбинированной травмой понимают повреждения, возникающие от воздействия механических и одного или более немеханических факторов – термических, химических, радиационных и т. д. например перелом костей в сочетании с ожогами.

Виды травматизма:

– производственный: промышленный, сельскохозяйственный;

– не производственный: бытовой, уличный, дорожно-транспортный, спортивный (организованный/неорганизованный), детский (школьный, дошкольный, организованный/неорганизованный).

### *ЛФК после перелома таза*

1. Исходное положение – сидя или лежа на спине. Немного согните ноги в коленных суставах. Делайте сгибание и разгибание пальцев кистей. Количество – 15 раз.

2. Старайтесь пальцами ног поднимать и удерживать небольшие предметы, например, ластик, карандаш и т. д.

3. При переломе конечностей полезно разрабатывать коленный сустав, чтобы тот после выздоровления работал в полном объеме. Для этого сгибайте и разгибайте ноги в колене 15 раз. Не меняя позы, сводите и разводите колени – 15 раз.

4. Перелом костей таза может привести к атрофии мышц тазового пояса. Поэтому в период лечения не нужно забывать о ногах и ягодичных мышцах. Удерживаясь за спинку стула или края кровати, поднимайте по очереди правую и левую ноги. 15 раз каждой

### *Завершение восстановления*

Упражнения:

1. Сгибайте и разгибайте колени, но уже в положении стоя.

2. Сколько сможете, желательно не менее 10 раз.

3. Поочередно поднимайте прямые ноги вверх, 10 раз. Отводите, насколько можете, прямую ногу в сторону.

4. Ходите с изменением длины шага.

Данный комплекс направлен на сближение лонных костей, укрепление брюшных мышц и профилактику атрофии мягких тканей. Если обстоятельства складываются благополучно, врач в этот период лечения может назначить массаж.

### **Список использованных источников**

1. <https://ru.wikipedia.org>.
2. Основи профілактичної медицини / П. С. Бабенко, Ю. С. Скоробреха, О. П. Коріняк.

## **ПАРАШУТНИЙ СПОРТ**

**А. Є. Курмишева**, студентка напряму підготовки «Фінанси і кредит», група ФК-11

**Н. О. Симоненко**, ст. викладач кафедри фізичного виховання – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний парашутний спорт – це неймовірно красиві дисципліни, які стають доступними не лише запеклим екстремалам, але й тим, хто вперше вирішив підкорити небо.

**Ідея парашута**, пристрою для безпечного спуску з великої висоти, з'явилася задовго до польоту першої повітряної кулі, не говорячи вже про літак. Однак назва «парашут» увійшла в дію значно пізніше ніж народження самої ідеї.

Зі стародавніх переказів, легенд, розповідей мандрівників середньовіччя відомо про використання пристроїв, що нагадують парасолі, для стрибків з веж і обривів. Жителі Китаю, Африки і південно-східної Азії ще в далекій давнині добре знали про гальмуючі властивостях увігнутих поверхонь. Демонстрації стрибків з парасолями влаштовувалися на святах і циркових виставах.

У збірнику рукописів Леонардо да Вінчі «атлантичному кодексі» серед інших конструкцій приведений ескіз парашута з куполом у формі чотиригранної піраміди.

Наступний проект цілком працездатного парашута з'явився приблизно у 1617 року, коли у Венеції вийшла книга «Нові

машини...» єпископа Фаусто Веранціо. Серед різних технічних новинок і чудових споруджень у книзі дані опис і малюнок парашута з куполом квадратної форми. Художник зобразив парашут у момент спуска на ньому людини, що зробила стрибок з високої вежі.

Андре-Жак Гарнерен прославився сміливими польотами. Ризикований експеримент був зроблений 22 жовтня 1797 року в Парижі на очах численних глядачів. Він здійснив перший в історії людства стрибок з парашутом із повітряної кулі.

Україна займала провідне місце у розвитку парашутного спорту та парашутизму у СРСР та Світі. Українські парашутисти-випробувачі досягли значних успіхів. Багато чемпіонів та рекордсменів світу які досягали спортивних рекордів. Абсолютними чемпіонами світу з класичного парашутизму 1976 році стали українці *Григорій Сурабко* та Валентина Закорецька. Так Закорецькій належить рекорд Гінесса, вона єдина жінка у світі котра виконала більше 12 000 стрибків. Сурабко Григорій Миколаєвич – український парашутист, Заслужений майстер спорту СРСР із парашутного спорту.

У 1992 році була створена Федерація парашутного спорту України (ФПСУ) – Всеукраїнська громадська організація яка є добровільним громадським формуванням фізкультурно-спортивного спрямування, яке на добровільних засадах об'єднує спортсменів, тренерів, спортивних суддів, спеціалістів та аматорів усіх установ зацікавлених у розвитку парашутного спорту в Україні.

Ветеран Другої світової війни із заходу Англії Брайсон Вільям Верден Хеес, якому виповнився 101 рік став найстарішим у світі чоловіком, який стрибнув з парашутом. Рекордсмен більш відомий як «Верден» – ветеран операції «Нептун», висадки союзників у Нормандії під час Другої світової війни. Варто відзначити, що разом з ветераном здійснили стрибок і його родичі, в тому числі двоє правнуків.

**Види парашутного спорту.** Сучасні стрибки з парашутом розділяються на безліч видів, які включають в себе як дії пов'язані з пілотуванням купола – точність приземлення і свуп, так і різні артистичні види, такі як фрістайл, перебування у вільному падінні.

**Класичний парашутизм** – особисто-командна дисципліна (вид) парашутного спорту.

**Групова акробатика** – побудова різних фігур в повітрі з декількох парашутистів.

**Купольна парашутна акробатика** – одне з найбільш видовищних напрямів парашутного спорту, побудова формацій під відкритими парашутами.

**Фрістайл** – повітряний балет у вільному падінні.

**Фріфлай** – один з напрямків парашутизму, коли вільне падіння здійснюється на більш високих швидкостях в позах, відмінних від класичної.

### **Список використаних джерел**

1. Для підготування даної роботи були використанні матеріали сайту <https://ru.wikipedia.org/>

## **КІННИЙ СПОРТ В УКРАЇНІ**

**П. С. Крачковська**, студентка напряму підготовки «Фінанси і кредит», група ФК-11

**Н. О. Симоненко**, ст. викладач кафедри фізичного виховання – науковий керівник

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

**Кінний спорт** – це технічно складна дисципліна, індивідуальний вид спорту, в якому високого результату можна досягти через взаємодію людини і коня. Кінний спорт зародився декілька тисяч років назад. Передумовами до його появи стало використання коней у військових діях. Вперше цей вид спорту потрапив на Олімпіаду в 1900 році. Кінний спорт сприяє різнобічному розвитку організму людини, виховує сміливість, рішучість, спостережливість, точність орієнтування, витривалість, спритність.

Всього на території країни працюють близько 200 різноманітних кінних клубів(бази,стайні). На території України проходять понад півтори сотні турнірів щорічно, включаючи регіональні, місцеві та інші клубні. Всього українські спортсмени беруть участь майже в 200 міжнародних турнірах, більшість з яких, європейські.

В Україні кінний спорт визнаний на найвищому державному рівні як олімпійська дисципліна. Популяризацією цього виду в



межах нашої країни займається Всеукраїнська федерація кінного спорту.

Створена Федерація кінного спорту України у 1991 році. З 1993 р. Федерація увійшла до спільноти кіннотників світу – Міжнародної федерації кінного спорту. У 1994 р. – українська команда вперше прийняла участь у Всесвітніх кінних іграх.

До кінного спорту України входять понад 10 різних дисциплін. Три з них, які є найголовнішими – це конкур, виїздка й триборство – представлені в програмі Олімпійських ігор.

**Виїздка** – один з видів класичного кінного спорту, в якому вершник повинен показати досконалість свого управління конем, правильність рухів на всіх видах ходьби коня (кроком, риссю і галопом) і чіткість виконання певних фігур та вправ.

**Конкур** – змагання з подолання перешкод в певному порядку і певної складності та висоти.

**Триборство** – кінний вид спорту, який складається з манежної їзди, польових випробувань або кросу (другий день), подолання перешкод або конкуру (третій день).

### *Чемпіонати Європи, 2015*

Всього у чемпіонаті Європи взяли участь 94 спортсмени, та 22 команди. У перший день змагань було проведено першу індивідуальну кваліфікацію, наші вершники пройшли дистанцію без штрафних очок і такий результат дав надію на подальший успіх.

Другий день розпочався вдалим виступом і українська збірна потрапила до 10-ки найкращих команд Європи, які наступного дня розпочали боротьбу за чемпіонський титул. У підсумку команда України посіла 8 місце. Таким чином, збірна команда України вкотре підтвердила свій високий потенціал, піднявшись на одне місце вище ніж у минулорічному чемпіонаті світу.

На Олімпійських Іграх у Ріо Україна була представлена у двох дисциплінах: виїздка та конкур. У підсумку українська команда на Олімпійських Іграх 2016 року у Ріо де Жанейро посіла тринадцяте місце.

Завершуючи свою доповідь я хотіла б сказати, що розвитком кінного спорту в Україні займаються, і не без успіху. Одна з найвідоміших організацій - Міжнародна меценатська організація «ТОР Ukraine» служить для розвитку кінного спорту. В останні роки Україна отримала сучасні бази для кінного спорту, прекрасні майданчики для змагань і заявила про себе на міжна-

родній арені. Така співпраця вселяє всім сторонам оптимізм і надію на майбутні спортивні успіхи.

### **Список використаних джерел**

1. Практическое руководство по конному спорту. Базовая подготовка всадника и лошади / перевод с нем. Марина Политова. – Т. 1. – 2000.
2. Практическое руководство по конному спорту. Специализированная подготовка лошадей и всадников / перевод с нем. Марина Политова. – Т. 2. 2000.
3. Мясоедова И. Е. Теоретико-методологические основы современного конного спорта : сборник лекций / Мясоедова И. Е., Соболева О. О. – Малаховка : МГАФК, 2000.
4. Сайт журнала «Конный мир», [www.horseworld.ru](http://www.horseworld.ru).
5. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).
6. Семенова Виктория Михайловна, Мастер Спорта по конкуру.

**СЕКЦІЯ 33. АКТУАЛЬНІ  
ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНІ ТА  
ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ  
ТА СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ**

---

**ACCESSIBILITY OF EDUCATION AND CAREER GROWTH  
IN THE CURRENT ECONOMIC SITUATION**

*Owusu Oware Ernest, МЕВ англ-21;*

*Н. В. Герман, доцент – керівник;*

*Н. С. Руденко, ст. викладач*

Since independence Ghana has comparatively distinguished itself among many Sub-Saharan African (SSA) countries in particular, in its educational development. Tertiary education in Ghana over the past decade has witnessed tremendous growth in various frontages—increased access and participation, relative expansion of academic facilities, a growing private sector, and most importantly, a transformative policy environment. Despite these overwhelming developments, there remain inequalities in the higher education system in Ghana: access has not been broadened to include all social groups. Available data suggest unequal participation among women, minorities, individuals from low socioeconomic backgrounds, and spatial-based disparities.

Using enrollment data from universities, policy document from the Ministry of Education, and the National Council for Tertiary Education in Ghana, and academic research reports, I provide descriptive and critical analyses of the structures of inequalities and disparities in higher education in Ghana. I argue that in spite of the massive developments over the years, there exist accessibility and participation gap with respect to students' socioeconomic status, gender, regions of origin, and the type and location of secondary schools attended.

Higher education in Ghana has recently seen remarkable growth in various frontages—widening access and participation, expansion of academic facilities, transformative policy environment that has led to the growth of private sector participation, innovative funding approaches to increase the financial sustainability of institutions, and so on. Universities in Ghana have become attractive to students from

other countries, particularly in West Africa. Public universities in Ghana are internationally recognized in terms of the quality of programs offered, teaching, research, and knowledge transfer. Several public universities, have well-developed international programs and partnerships with leading institutions such as Harvard, Yale, and Princeton, giving more credibility to their academic programs.

However, in spite of these overwhelming developments, there remain inequalities in the Higher Education system in Ghana; access has not been broadened to include all social groups. Available data suggest unequal distribution of higher education among women, minorities, individuals from low socioeconomic status, and spatial-based disparities.

Using enrollment data from universities, policy document from the Ministry of Education (MOE), and the National Council for Tertiary Education (NCTE) in Ghana, and academic research reports, the author has provided descriptive and critical analyses of higher education disparities and a brief anatomy of the tertiary education in Ghana, followed by a descriptive examination of the various levels of inequalities that have persisted in the system with particular reference to access and participation–disparity based on students' socioeconomic status, gender-based disparities, regions of origin, and the type or location of secondary schools.

Keywords: Africa, Ghana, higher education access, participation, disparity, equity.

## **SOCIAL LIFE EXPERIENCE IN A NEW ENVIRONMENT**

***Maja Sonko, КНБ англ-11***

***Н. С. Руденко, ст. викладач – керівник***

Maja Sonko is a young black boy from the western part of Africa, from the country called The Gambia; he is a nineteen with big ambitions. He is currently studying BSc in Computer Science at Poltava University of Economics and Trade in Poltava, Ukraine

It's undeniable that the first academic year abroad is expected to be the most difficult year throughout the entire period of the studying experience in the country they find themselves. For international students living and studying in Ukraine is no exception to this rule, no doubt that couple of challenges are to emerge during the first year in Ukraine, and I believe it's important to form a picture of them before making the decision of joining a Ukrainian university, so I

constructed this short introduction to the main three challenges to expect:

#### 100 % ATTENTION:

In general, there are no major differences between student life in Ukraine and anywhere else. Its educational system shares the same core with other European universities. Students still have to attend classes, summarize lectures, work on given assignments, conduct laboratory work (where applicable) and interact with professors, teachers and fellow students.

However, the system has its difficulties for new students, and none stands out like the 100% attendance that requires all students to attend all classes and lectures in their yearly academic program. Even if a student skips part of the program in one subject, he'll be obligated to prepare the material of the skipped classes and pass compensating classes, also known as doing "otrabotka" (Russian term) otherwise, they won't be allowed to give tests and exams in the subject. The main advantage of the 100 % attendance requirement is that it makes the student to read just to have at least the minimum accepted knowledge in any given part of a subject and not only depends on the tests and exams of the general evaluation.

So dear student, how to make it an advantage instead of a challenge?

By simply never skipping classes! But if you do (and unfortunately everyone is destined to!), apply Benjamin Franklin's principle "Never leave that till tomorrow which you can do today" and make sure to attend the next compensating class in the same week of that you skipped and pass it successfully.

Nothing is more challenging in life than life itself...

Although adaptation is part of our human nature, the process of adapting to a new environment and life is not easy for everyone. Living and studying in Ukraine require students to learn how to interact with multicultural student's community and co-exist with Ukrainian culture. This should be looked at as a great opportunity to enrich one's own culture and generate the understanding of other nations and their cultures.

It's understandable that the vast majority of people would prefer to interact with representatives of their culture, or near to it. However, it shouldn't lead them to limit themselves to such pattern, so not to skip on the benefits of cultural diversity of the academic experience in Ukraine specially, during their first year of living in Ukraine.

Furthermore, such attitude might initiate a state of voluntary isolation from the surrounding community and constant cultural clashes, ultimately leading to failure in adaption to the local community in Ukraine and the international student community.

Surely emotional instability will be an expected result, and honestly unless the student learns how to expand their horizon, it won't go away but build up. And that's why it's very important to approach this cultural experience opportunity with ease and opened mind so not to turn it into a handicap.

Studying and living away from home gives students large portion of freedom that might seem unlimited sometimes, it's very important to understand that with such freedom larger responsibilities should emerge. From our practical knowledge and experience it's clear that students who arrive to study in Ukraine from higher controlled environment struggle more with the new concept of unlimited freedom than their peers from less controlled environments, this is why it's our message to parents everywhere to encourage their children to take more responsibility for their actions and enlarge the freedom space around them with practicing less control, so as to avoid the destructive effect of sudden disappearance of such high control on the children when the opportunity to study abroad arises.

Sudden freedom also puts the student face to face with their lack of self-discipline, and latterly forces them to learn the necessary skills to develop and become more self-reliant and well organized, so as to balance their academic as well as social life in Ukraine, and no better time to start than their first year in Ukraine.

For students who chose to continue their higher education abroad in general or specifically in Ukraine, challenges do exist and facing them is inevitable. As part of our mission, we take it upon ourselves to provide us with the necessities of life in becoming whatever we dreamed of becoming.

## **TECHNOLOGY AS GOALS IN MY LIFE**

***Amadou Darboe, КНБ англ-11***

***Н. С. Руденко, ст. викладач – керівник***

The proposed Gambia National Information and Communication Infrastructure (NICI) Policy and Plans was designed to address the areas where ICT would facilitate the achievement of the Vision 2020

overall objective, which is to transform the nation into a middle-income country by 2020 through accelerating private sector development, restructuring economic management, developing the human capital base, and institutionalizing decentralized and democratic participatory government structures, processes, and systems. The overall objective for the policy is to “leapfrog” several stages of development by establishing a participatory approach in building human resources and a conducive environment that utilizes ICT as a platform to exchange data, information, and knowledge and as a tool to implement applications and provide services to achieve higher growth rates in all spheres of socio-economic activities.

Workplace computerizing is very high; 66.2 % of institutions on the average owned / accessed more than one computer whilst 12.0 % owned only one PC.

Photocopying machines are normally found and used in most workplaces, on average about 45.8 % institutions used photocopying machines but some local government areas reported low usage of copying machines in the workplaces in Mansakonko (11.2 %), Kerewan (17.1 %) and Janjangbureh (12.5 %).

Nationally, the overall availability and usage of other information and communications technology equipments like fax machine and printers in offices is quite high at a rate of 38.5 % and 58.7 % respectively. The rate of penetration of digital projectors is very low in the offices.

Households mainly obtain information through the use of radio, mobile telephone and television programmes for increased productivity and growth. At national level about 90 % of households have radios, 40 % have a television and 56 % use mobile telephone to send and receive information.

Other information technology equipments and facilities are found in both urban and rural households. The survey results showed that about 2 % of individuals in households used computers in the last 12 months whilst only 1 % of individuals in households have internet facilities in the same period.

The Gambia was the first country to participate in the UNDP’s Internet Initiative for Africa program to assist in creating a low-cost Internet backbone running at 512Kbps via Teleglobe in Canada, with local high speed POPs to provide national coverage.

The first ISP connected to the system was QuantumNet. Online services that are commonly used by people are email, web browsing,

web hosting, discussion forum and file transfers. Four Internet Service Providers (ISP); Gamtel, QuantumNet and Netpage are licensed to operate and to provide dial-up internet access to the public and to institutions. The technology services provided through dial-up system are cheaper in the Gambia than in many African countries.

With regard to internet connectivity, the survey results revealed that on the average 46.2 % of institutions covered have had internet connectivity whilst 22.1 % of the workplaces interviewed have their own websites.

The importance of information technology underscores the importance of adopting IT in schools. The availability of computers in the education sector is still very low, on the average and at national level; student-to-computer ratio is 142 students per PC. The availability of computers to pupils increases with increase in the level of education. In fact, 256 students in Lower Basic School have to share one PC whereas 10 pupils in tertiary/higher education share a computer. In the urban areas, there are about 29 students per PC in the Senior Secondary schools whilst there are only 11 pupils per computer in the Vocational schools.

With regard to training received in the use of the IT, there are disparities according to gender. Our survey results show that there are only 18 percent of the female students enrolled in tertiary education who are in an ICT dominated field whilst there are about 60 percent of the male pupils in the same category who are in an IT dominated field. However, the results concern with Vocational/Technical schools show a higher participation of female in ICT field than the males. There were 17 percent of female student in this school category who are in an IT dominated field as against only 15 percent of male pupils in the same school category are in an ICT dominate field.

The proportion of students and teachers using the internet is very high. About 98.4 % of pupils and 98.9 % of teachers used the World Wide Web for email messaging.

To develop the economy and improve the lives of local people we therefore need a basic level of education underpinned by developing a learning culture. The ability to use new technology that is ever changing, acquire relevant knowledge and convey information in a manner that empowers individuals to maximize their natural potential perhaps stands out as the most basic prerequisite. In this regard,



opportunities to use ICTS have to be precluded by training and learning.

The proliferation of IT training will provide a future base but now it is important we recognize that the relevant knowledge base and therefore skills required to be competitive or have the competitive edge are lacking, the workforce is still low skilled. Before we even get in to the IT fields or the lack of it in schools, what first comes to mind is the ongoing debate about the atrocious level of English proficiency in schools. Language forms a fundamental part of development and it is through this that the principle of skill acquisition is based on regardless of which skill one needs to acquire.

“Information is power” to empower and act. The completely learning process for us in Africa and The Gambia specifically, is challenged by how quickly we raise the level of awareness of ICTs. At present, the information technology industry is focusing more on selling PCs, basic computer training, networking and a few other basic services. The innovation to demonstrate to people what a simple computer program can do for them or their business that can translate to the need for PCs is lacking.

Universal usage to and affordability are inextricably linked. The cost of computers and the price of accessing the World Wide Web are one of the main issues that influence the spread of ICTs. Purchase of equipment is still far beyond the reach of the average citizen. The high price tags compared to other necessities in life act as a barrier to getting to use ICT equipments and services.

## **EUROPEAN VECTOR OF INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY OF UKRAINE**

**У. В. Авдєєва**, студент напряму підготовки «Міжнародна економіка», група МЕ-41;

**О. Г. Стоянова**, студент напряму підготовки «Міжнародна економіка», група МЕ-41;

**О. А. Кононенко**, науковий керівник, асистент кафедри ділової іноземної мови

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

International economic activity of Ukraine examines the totality of economic relations between national and foreign business entities

in the trade, investment, innovation, monetary and financial and financial spheres, the regulation of which is carried out in accordance with national legislation and concluded intergovernmental agreements.

But the world practice confirms that during the European integration for Ukraine there may be some risks, they are: 1) displacement of the national producer from the domestic market; 2) the need to search partners and investors in order to modernize production; 3) strengthening of competitive pressure on the domestic market of Ukraine; 4) reducing the competitiveness of national agricultural products in the domestic market, as the EU has a powerful system of state support to the industry.

In the conditions of global development of the world economy, which is accompanied by a change in priorities in international economic cooperation, an intensification of competition between subjects of world economic relations, the effective integration of the country into the system of world economy becomes of particular importance.

International economic activity is a component of the national economy. Also it is a way of realizing national interests in the international economic arena. In the conditions of the transformation of the national economy, international cooperation is one of the main factors of the modern socio-economic development of Ukraine, which necessitates an in-depth study of its international economic activity.

International economic cooperation of countries is carried out on the principles of openness of national economies at the present stage of development of the world economy.

The open economy is a national economic complex, which is integrated into the system of world economic relations in order to realize national interests, taking into account the interests of partner countries.

The main indicators of the openness of the economies of the countries are the value of export-import operations, the volume of direct and portfolio international investment, the volume of intergovernmental lending, the volume of external public debt, export quota, import quota, foreign trade quotas.

Indicator	Place of Ukraine	Value	Study volume (number of countries)
Globalization Index	47	67,78	187
Global Innovation Index	63	36,3	143
Human Development Index	83	0,734	144
Index of business	112	13–164	189
Investment attractiveness index	89	–	174
Corruption Perceptions Index	142	–	175
Global Competitiveness Index	84	4,05	148
Index of Economic Freedom	162	46,9	178
Country weakness index	84	76,3	178

A characteristic feature of foreign economic policy of our state has always been multidirectional. Maintaining foreign economic relations with the majority of countries of the world community, in certain periods of its development, certain directions of international relations have been identified as priority by the domestic politics. Today, strategic partners are the United States and the European Union.

Ukraine tends towards the EU and sets the strategic goal of entering this integration association. Despite the rather remote prospect of solving this issue, our country is constantly pursuing a policy of expanding and intensifying multifaceted ties with the EU and individual countries of the group.

Ukraine has an investment law that is adapted to the EU norms, and 50 international treaties, which protect and promote investment, are all at the theoretical declarative level.

Under market conditions, the economy of Ukraine and its connections with foreign capital are still at the stage of formation, and the regulatory framework is actively aligned with the modern requirements. In these conditions, special attention should be paid to attract foreign direct investment into the country and to establish joint ventures.

It is worth noting that cooperation with foreign investors affects the scientific and technological development of the economy, creating new opportunities for bringing production closer to the level of developed countries, which can be considered as positive benefits from the creation of such enterprises.

Equally important is the scientific and technical integration with the EU, the development of cooperation in the innovation field. Ukraine has world-wide results in electric welding, aircraft engineering and other fields that determine scientific and technological progress, which creates the preconditions for deepening mutually beneficial links in this direction.

The European vector of the modern Ukrainian geo-economic model has the fundamental importance for Ukraine's effective participation in the international co-operative process.

### **Список використаних джерел**

1. European Commission [Електронний ресурс] // European Commission. – 2017. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu>. – Назва з екрана.
2. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. / С. В. Бестужева. – Харків : Вид. ХНЕУ імені С. Кузнеця, 2016. – 268 с.
3. Показники торгівлі України з ЄС за 2016 рік [Електронний ресурс] // ISSUU. – 2017. – Режим доступу: [https://issuu.com/mineconomic\\_ukraine/docs/binder1](https://issuu.com/mineconomic_ukraine/docs/binder1). – Назва з екрана.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 959-ХІІ від 16.04.91., зі змінами та доповненнями // Верховна Рада України. – 2017. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/> – Назва з екрана.
5. Романенко В. Зовнішня торгівля України з ЄС: тенденції, проблеми, перспективи / В. Романенко, Л. Лебедева // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 71–77.
6. Український експорт до ЄС зріс на 26,1 % [Електронний ресурс] // Європейська правда – 2017. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/news/2017/08/15/7069780/> – Назва з екрана.

## **INTRODUCTION TO JAVA PROGRAMMING LANGUAGE**

*Larty Wahab Hankim, КНБ англ-11*

*Ю. Ф. Олексійчук, к. ф.-м. н., доцент – керівник*

**The history of Java** is very interesting. Java was originally designed for interactive television, but it was too advanced technology for the digital cable television industry at the time. The history of java starts from Green Team. Java team members (also

known as **Green Team**) initiated this project to develop a language for digital devices such as set-top boxes, televisions etc. But it was suited for internet programming. Later, Java technology was incorporated by **Netscape**.

Java is used to build applications and platforms for a number of devices including computers, laptops, gaming consoles, Blu-ray players, car navigation systems, medical monitoring devices, parking meters, lottery terminals and smart phones. It is also a key language for networking, particularly for data centers that store and transfer Web-based data.

Java is also used to create miniature, dynamic programs that run alongside or are embedded within Web pages. These programs are called applets and can be used to display maps, weather, games or other interactive widgets or tools on a Web page.

A Java code will run on any JVM (Java Virtual Machine). Literally you can run same Java code on Windows JVM, Linux JVM, Mac JVM or any other JVM practically and get same result every time.

Java program can be characterized as:

**Simple:** Java was designed to be easy to use, write, compile, debug, and learn other programming languages. Java is much simpler than C++ because Java uses automatic memory allocation and garbage collection.

**Object-Oriented:** Allows you to create modular programs and reusable code.

**Platform-Independent:** Ability to move easily from one computer system to another.

**Distributed:** Designed to make distributed computing easy with the networking capability that is inherently integrated into it.

**Secure:** The Java language, compiler, interpreter, and runtime environment were each developed with security in mind.

**Allocated:** Java has the feature of Stack allocation system. It helps the data to be stored and can be restored easily.

**Multithreaded:** The capability for a program to perform several tasks simultaneously within a program.

**Performance:** Significantly slower and more memory-consuming than natively compiled languages such as C or C++.

**Look and feel:** The default look and feel of GUI applications written in Java using the Swing toolkit is very different from native applications.

**Single-paradigm language:** The addition of static imports in Java 5.0 the procedural paradigm is better accommodated than in earlier versions of Java.

Java has significant advantages not only as a commercial language but also as a teaching language. It allows students to learn object-oriented programming without exposing them to the complexity of C++. It provides the kind of rigorous compile-time error checking typically associated with Pascal. It allows instructors to introduce students to GUI programming, networking, threads, and other important concepts used in modern-day software.

## **ADJUSTING TO MY NEW ENVIRONMENT**

***Nyasha Stanley Chagonda, КНБ англ-11***

***Ю. Ф. Олексійчук, к. ф.-м. н., доцент – керівник***

Programming has had a great impact on the course of human development and in shaping the very lives we lead. At the medical level programming has helped to save countless of lives and has led to the overall improvement in the quality of life due to development of new technologies. Machines like CT scans aid in identifying potential health threats and programmers work hand in hand with top medical personnel in developing such technologies. Matlab, Java and Python are the two most used programming languages in the development of medical technologies. Code is also revolutionizing the field of medicine and helping to prolong life and make life better for those with disabilities through the advancements in biotechnology paired with neurosensors and advanced robotics, patients can now have bionic limbs that they can control and perform tasks with. We are able to write software that contribute to major advancements in physics with software and code that plays a pivotal role in the advancement of fields such as nanotechnology as code is being used to simulate physical models at a nano level with hopes of learning more about how things work at that level. Any breakthroughs at that level could lead to amazing things such as teleportation or the technology to harness more energy from atoms which will solve the world's energy crisis. Programming has also helped develop and improve the way we communicate. In today's world it is getting easier and easier to talk to one another regardless of distance. At any given time millions of people are using the internet to communicate

and exchange information and the amount of HTML coding behind that is immense. People all over the globe are also made aware of current events as they occur via social media and news websites. This allows people to become part of whatever is going on and it also gives voice to those who are at risk of having their rights abused thanks to human rights blogs. WhatsApp application provides affordable and fast way of communicating; it is a very popular application with millions of users. Thanks to the always working programmers at Google finding your way in unfamiliar territory is no longer a hassle or as dangerous as it used to be due to the development of software like Google Maps which help you maneuver around cities and with options like street view that allow you to check out the area before embarking on the journey. Information is now more accessible on platforms like Google and Yahoo as compared to the old days where we sorely depended on dictionaries.

Companies that are in the car industry rely on programming for safety features and other features in their cars. Like car company Volvo they design and test car features using simulation software before going into production. This helps them save money, time and lives at the same time. Programming also helps ease the load of hard labor that humans go through by automation of certain procedures. Whether it's work in the office or hard manual labor and a factory, there is a program which can be written to simplify the work and maximize efficiency at the workplace. Large machines at factories are programmed to carry heavy materials with little human assistance needed. A computer can also be programmed to carry out tasks that usually involve repetition of simple work. World leaders recognize the worth and need of programmers that are why they are increasing computer related classes to their students. United States of America President Barack Obama unveiled his "Computer Science for All" initiative that aimed to give every US student the hands-on computer science and math classes to increase the number of programmers. In Africa those who pursue computer related classes are encouraged to do so by fees reduction and provision of textbooks. With the ever increasing number of programmers minimal everyday tasks will become easier and easier to complete. An example of this is ordering goods online and having them delivered to your door, this is extremely helpful for people who are disabled, immobile and have a hard time getting out and shopping for themselves. Companies like Uber provide excellent, safe and practical transportation services

thanks to creative thinking and a bit of coding. Tesla has already proven the viability of the self-driving car, making it easier for all people to move from point A to point B. The auto-pilot use c and c++.

The creation of AIs (artificial intelligence) presents a great opportunity for more improvements in the technology advancements field. These systems are impressively intelligent and will continue to grow smarter and may even surpass our own thinking. They will continue to write programs that will ease our everyday lives, improve our standard of living and increase our longevity.

Programming student helps with space exploration and has made many space related ventures possible. Elon Musk has been able to bring back rockets from space to the ground safely due to some clever coding and hence lower the cost of space exploration missions and increase our further understanding of our universe.

Basically in conclusion, programming is practical in its output – it solves everyday and upcoming problems.

## **THE ROLE OF TRANSNATIONAL COMPANIES IN ERA OF GLOBAL ECONOMY**

***Owusu Nancy, МЕМБ.англ.-21***

***Н. В. Герман, доцент – керівник***

***Н. С. Руденко – ст. викладач***

A commercial enterprise that operates substantial facilities does business in more than one country and does not consider any particular country its national home. One of the significant advantages of a transnational company is that they are able to maintain a greater degree of responsiveness to the local markets where they maintain facilities.

Transnational companies are one of the most important subjects of international economics. They are directly affecting new trends in international business, global competitiveness on international markets as well as economies of states, nations. The transnational companies' implementation processes within the business environment can affect the international Economics system in terms of social, political and economic development. The issue is also to find out the proper involvement in world's companies.



International and national environment along with the possible risks and benefits for particular economies and other stakeholders helps to improve the world's economy.

The goal of all those efforts is supposed to lead to sustainable social and economic development and better quality of life in the Global world economy environment.

The first one is increasing influence of transnational companies, the second one is decreasing influence of nation state and the third one is the creation of regions as a new space for economic activities (e.g. Hamilton, & Webster, 2009).

During the 20th century the nature of these relations changed significantly. This is evident when comparing the industrialized countries on one side and the developing countries on the other side, but it is also seen while comparing individual economic issues inside one or the other group of countries.

Fabuš (2011b) argues that development of globalization processes in recent decades (or, in the last decade) has been considerably enhanced by ongoing revolution in information and communication technologies. Also, the rapid globalization shift has been caused by the intensification of efforts to promote free trade throughout the world, political changes in many countries accompanied by efforts to expand free enterprise, or the need to join efforts to protect environment, etc (Miklosik, Hvizdova, & Zak, 2013).

In the 90's the shaping of global economic contacts has become even greater than in previous decades. One of the major trends with global impact, pursuing the turn of the 20th and 21st centuries is known as a boom (increase of production and circulation) of global economy; it means that the economic forces in the world have crossed borders.

## References

- WWW.businessdictionary.com/definition/transnational-company.html  
Hamilton L., & Wepster, Ph. (2009). The International Business Environment. – New York : Oxford University Press.  
Fabuš, M. (2011a). Foreign Direct Investments and the European Union, Towards Improving Tourism Attractiveness in Lithuania and Poland: Proceedings International Scientific Conference. Kaunas, Lithuania, 310–320.  
Miklosik A., Hvizdova E., & Zak S. (2013). Assessment of the search engine ranking position development of selected academic entities in Slovakia: An empirical investigation. *Actual Problems of Economics*, 9, 399–409.

## УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**О. В. Сивко**, студентка напряму підготовки «Управління персоналом і економіка праці», група УПЕП-31

**О. В. Тужилкіна**, науковий керівник, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, к. е. н., доцент  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Вихід України з економічної кризи і вирішення стратегічних завдань, які стоять перед національною економікою, можливі за умови значного підвищення ефективності всієї сукупної праці суспільства. Ринкова трансформація економіки вимагає подолання кризових явищ у всіх сферах національної економіки та кардинальних зрушень для зростання та управління продуктивністю праці.

Дослідження продуктивності праці на макро-, мезо- та мікро-економічному рівнях здійснювали відомі вітчизняні й закордонні вчені, зокрема М. Горелов, В. Єременко, Г. Куліков, Е. Лібанова, А. Лоулер, Л. Лісогор, С. Мосс, Ю. Одегов, А. Ревенко, Д. Синк, С. Струмлілн, Ф. Тейлор, О. Шапошникова та ін. Разом з тим, поглиблення розуміння сутності продуктивності праці та ролі її підвищення у сучасних економічних умовах є актуальними.

Управління продуктивністю праці – це частина всього процесу управління, який охоплює планування, організацію, керівництво, контроль і регулювання, що визначається кількістю продукції (обсягом робіт чи послуг), що виробляє один працівник за одиницю робочого часу (годину, зміну, добу, місяць, квартал, рік), або кількістю робочого часу, що витрачається на виробництво одиниці продукції (виконання роботи чи послуги).

Планування заходів з управління продуктивністю праці – складне завдання, котре не залежить від величини і структури організаційної системи. Для сучасних підприємств виникає необхідність і потреба, щоб дедалі більше управлінських працівників та менеджерів різного рівня були задіяні у виробленні та впровадженні програм управління продуктивністю праці. На думку американського економіста проф. Д. С. Сінка [1, с. 123], успішним управління продуктивністю може бути за умови здійснення таких послідовних кроків.

1. З'ясувати існуючі проблеми щодо результативності та продуктивності, визначити взаємозв'язок між ними.

2. Побудувати стратегічні плани обґрунтування програм продуктивності.

3. Виробити підходи до стратегій і методів вимірювання та оцінки продуктивності.

4. Розробити підходи до стратегій і методів контролю щодо підвищення продуктивності.

5. Забезпечити організацію планування та ефективного впровадження всіх елементів.

Д. С. Сінк у процес управління ввів такі функції, як вимірювання та оцінка продуктивності, планування, контроль за підвищенням продуктивності на основі інформації, отриманої при вимірюванні й оцінці впливу цих заходів на умови і чинники виробництва.

Цікавий і сучасний підхід щодо управління продуктивністю праці запропонували О. Шапошникова і М. Горєлов [2, с. 305]. Свій підхід вони називали «Управління продуктивністю та ефективністю праці». На думку цих дослідників, управління продуктивністю та ефективністю праці як найважливішої складової управління підприємством охоплює в себе планування, організацію, мотивацію і контроль цих характеристик із погляду їх внеску в досягнення цілей підприємства. Планування передбачає визначення мети щодо продуктивності й ефективності праці та способів її досягнення. Організація полягає в забезпеченні узгодженості та координації дій усіх структур і підрозділів підприємства. Мотивація визначає різноманітні грошові й негрошові способи впливу на персонал, враховуючи необхідність задоволення його потреб через успішну роботу і високу продуктивність. Контроль передбачає відстеження процесу динаміки продуктивності та ефективності праці для досягнення намічених цілей. Всі ці основні функції реалізуються в програмах управління продуктивністю та ефективністю праці. Програми формуються на основі з принципу тісного взаємозв'язку цих функцій. Вони передбачають вироблення технології управлінських рішень, що дають змогу забезпечити стабільну продуктивність, стійке зростання відповідно до цілей підприємства. Програми управління продуктивністю та ефективністю праці зумовлюють обов'язкову участь усіх груп персоналу, зацікав-

лених в їх здійсненні. Підтримка дій персоналу щодо збільшення продуктивності сприяє успіхові даної програми.

Важливий аспект в управлінні продуктивністю праці – це вибір показників, що характеризують його ефективність. У практиці вітчизняних підприємств загальноновизнаними показниками є виробіток та трудомісткість продукції.

Показник виробітку надає певну інформацію кількісної віддачі в середньому від одного працівника, проте, не характеризує, як працюють кошти, вкладені роботодавцем у персонал, чи виправдовуються зростанням обсягу виробництва і прибутку додаткові витрати на підвищення заробітної плати працівників організації, підвищення їх кваліфікації, поліпшення умов праці, забезпечення соціальним пакетом та інші витрати.

Показник продуктивності витрат на персонал є відношенням обсягу виробленої продукції до витрат на утримання персоналу.

Продуктивність персоналу –

$$ПП = \frac{Q}{ВУП}$$

де  $ПП$  – продуктивність персоналу, грн;

$Q$  – обсяг виробленої продукції, грн;

$ВУП$  – витрати на утримання персоналу, грн.

Даний показник дасть змогу проаналізувати та оцінити ефективність інвестицій у персонал у вартісному вираженні. Розрахунок показників продуктивності праці та продуктивності персоналу має сенс, оскільки для оцінки динаміки виробітку необхідно коригувати чисельник формули (обсяг виробництва у вартісному виразі) для унеможливлення впливу інфляції на цей показник, що є досить трудомістким.

Зростання продуктивності праці забезпечує збільшення реального продукту й доходу, а тому воно є важливим показником економічного зростання країни. Оскільки збільшення суспільного продукту в розрахунку на душу населення означає підвищення рівня споживання, а отже, і рівня життя, то економічне зростання стає однією з головних цілей держав з ринковою системою господарювання. Підвищення продуктивності праці є безперечною умовою прогресу і розвитку виробництва.

Національний дохід, або валовий національний продукт, у разі підвищення продуктивності збільшується швидше, ніж показники витрат. Зниження ж продуктивності призводить до інфляції, пасивного торговельного балансу, повільних темпів зростання або спаду виробництва і до безробіття.

Отже, управління продуктивністю праці на підприємстві – це фактично частина загального процесу управління підприємством, що охоплює планування, організацію, мотивацію, керівництво, контроль і регулювання. Ця робота ґрунтується на постійному аналізі співвідношення корисного ефекту від певної трудової діяльності, з одного боку, і витрат на цю діяльність, з іншого боку.

Для підвищення продуктивності праці персоналу можуть використовуватися такі заходи: розроблення систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності; пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності; здійснення контролю за виконанням поставлених завдань тощо.

Узагальнюючи усе вище сказане, можна зробити висновок, що продуктивність праці – це важливий показник ефективності праці, за допомогою якого можна зробити висновок про конкурентоспроможність підприємства у сфері використання наявних трудових ресурсів праці. Із входженням України в економічний простір ЄС, при ігноруванні нею світового технічного розвитку та прогресу у виробництві, зменшенні використання людської фізичної праці, запровадженні нових технологій виробництва, які підвищують продуктивність праці, вітчизняні товаровиробники будуть не конкурентноздатними на європейському ринку, Україна може стати лише сировинним придатком та ще одним ринком збуту для розвинених країн, але аж ніяк не повноправним та поважним членом ЄС. Підвищення продуктивності праці повинно бути пріоритетним в оптимізації використання ресурсів будь-якого підприємства, яке прагне досягти максимального результату при мінімальних затратах, а це, як відомо, – мета абсолютно усіх суб'єктів господарювання, що функціонують в умовах ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / пер. с англ. ; общ. ред. и вступ. сл. В. И. Данилова-Данильяна. – Москва: Прогресс, 1989. – 528 с.

2. Экономика труда / под ред. Горелова Н. А. – 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 704 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.inventech.ru](http://www.inventech.ru). – Назва з екрана.
3. Дієсперов В. Продуктивність праці – критерій стану і спроможності господарства / В. Дієсперов // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 3. – С. 41–45.
4. Лібанова Е. М. Соціальні проблеми і соціальні важелі конкурентоспроможності української економіки / Е. М. Лібанова // Демографія та соціальна економіка. – 2008. – № 2. – С. 5–19.
5. Максютя В. В. Дослідження впливу організаційно-економічних факторів в механізмі управління продуктивністю праці / В. В. Максютя // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 2 (Т. 1). – С. 65–69.
6. Семикіна М. В. Продуктивність праці: методологія вимірювання, передумови зростання / М. В. Семикіна // Наукові праці КТЕУ. Економічні науки. – 2010. – № 17. – С. 121–126.

## ЗМІСТ

### **ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ ..... 3**

<i>Негода М. О., Нестуля С. І.</i> Роль студентського самоврядування у закладах вищої освіти Укоопспілки у формуванні лідерських якостей майбутніх управлінців.....	3
<i>Divina Holali Kumahor, Ivannikova M. M.</i> Research of marketing legislation in Ghana .....	5
<i>Owusu Oware Ernest, Герман Н. В., Руденко Н. С.</i> Accessibility of education and career growth in the current economic situation .....	8

### **СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ..... 10**

<i>Бондарець О. В., Педченко Н. С.</i> Модернізація підходів до оцінки фінансової безпеки суб'єктів підприємництва .....	10
<i>Войко М. В., Голуб І. В., Педченко Н. С.</i> Управління фінансовими ресурсами як напрям підвищення фінансової стійкості підприємства .....	12
<i>Іващенко А. В., Лебеда К. В., Карцева В. В.</i> Концептуальні основи фінансового контролінгу.....	17
<i>Малашина В. В., Карцева В. В.</i> Фінасова безпека підприємства: теоретичний аспект.....	21
<i>Крамаренко А. В., Чижевська М. Б.</i> Грошово-кредитна політика України .....	25
<i>Ночовна В. М., Чижевська М. Б.</i> Сутність категорії «капіталізація банківської системи» .....	27
<i>Цвітченко П. М., Чижевська М. Б.</i> Економічна сутність карткової платіжної системи .....	29
<i>Басанець І. О., Чижевська М. Б.</i> Валютний ринок України: стан та перспективи .....	32
<i>Дуган П. О., Чижевська М. Б.</i> Територіальна громада як первинний суб'єкт місцевого самоврядування .....	34
<i>Степанова М. О., Чижевська М. Б.</i> Основи ефективного управління платоспроможністю підприємства .....	36
<i>Супрученко І. О., Чижевська М. Б.</i> Банківське кредитування реального сектору економіки .....	39
<i>Янчева Г. С., Яремченко Л. М.</i> Проблеми розвитку малого підприємництва в Україні .....	41
<i>Кирман О. І., Яремченко Л. М.</i> Сучасні методи діагностики фінансового стану підприємства .....	43
<i>Ацеховська А. В., Гудзь Т. П.,</i> Сутність оборотного капіталу й теоретичні аспекти забезпечення його ефективного використання.....	45
<i>Абдуллаєва Л. С., Гудзь Т. П.,</i> Базові аспекти оптимізації структури капіталу підприємства.....	47

<i>Байдецька І. В., Гудзь Т. П.</i> Санаційний контролінг в системі антикризового управління підприємством .....	50
<i>Данюк А. В., Гудзь Т. П.</i> Теоретичні аспекти житлового іпотечного кредитування в Україні .....	52
<i>Жолтонощенко І. Ю., Гудзь Т. П.</i> Заощадження населення як інвестиційний ресурс економіки .....	54
<i>Яковлєва В. О. Гудзь Т. П.</i> Роль фінансів домогосподарств у фінансовій системі України .....	57
<i>Давидович А. В., Гудзь Т. П.</i> Вплив споживчого кредиту на фінансові ресурси домогосподарств .....	59
<i>Єрохіна О. А., Гудзь Т. П.</i> Сутність та ознаки інституційних інвесторів .....	61
<i>Королєнко І. В., Гудзь Т. П.</i> Людський капітал як важливий чинник формування фінансового потенціалу домашніх господарств .....	64
<i>Кабанчук Л. В., Михайлова Н. В.</i> Економічна сутність прибутку суб'єкта підприємництва .....	66
<i>Тищенко С. І., Михайлова Н. В.</i> Економічна сутність та призначення експрес-діагностики .....	68
<i>Зубрицький М. О., Михайлова Н. В.</i> Сутність антикризового фінансового управління підприємством .....	71
<i>Силакова Ю. А., Михайлова Н. В.</i> Теоретичні основи управління фінансовими ресурсами підприємства .....	73
<i>Хелемеля І. В., Прасолова С. П.</i> Ліквідність та платоспроможність підприємства як об'єкти управління .....	75
<i>Багірзаде Ш. Е., Горбунова О. П.</i> Сутність пенсійного забезпечення в Україні .....	77
<i>Отрошок В. Р., Сидоренко-Мельник Г. М.</i> Ділова активність підприємства як об'єкт фінансового управління .....	80
<i>Худякова О. В., Фисун І. В.</i> Тенденції розвитку перестрахування на міжнародному страховому ринку .....	82
<i>Корнейчук Н. І., Гасій О. В.</i> Особливості проведення грошових реформ в Україні .....	84
<i>Ваніш Г. І., Чуй І. Р.</i> Пріоритети удосконалення грошово-кредитної політики в системі забезпечення фінансової безпеки України .....	87

## **СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ..... 90**

<i>Даскал Ю. О., Тенкевич І. В., Ночовна Ю. О.</i> Актуальні зміни у Законі України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» .....	90
<i>Івченко Р. В., Ночовна Ю. О.</i> Облік і оподаткування ФОП в Україні .....	92
<i>Лаврушко І. Я., Чабанюк О. М.</i> Первинний облік особового складу працівників .....	94



<i>Ещенко І. С., Вороніна В. Л.</i> Особливості застосування електронного цифрового підпису.....	97
--	----

### **СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ..... 100**

<i>Голінка Р. Р., Мельник Т. М.</i> До питання оцінки результатів реалізації інвестиційних проєктів .....	100
---	-----

### **СЕКЦІЯ 4. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ..... 103**

<i>Лусевич М. С., Іванова В. В.</i> Місце України у глобальних економічних рейтингах .....	103
--	-----

### **СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....107**

<i>Гаркавенко І. В., Кириченко Л. М.</i> Заробітна плата в Україні .....	107
<i>Чопенко Ю. Г., Кириченко Л. М.</i> Капітал і його сфера обігу.....	108
<i>Кук М. І., Куцик В. І.</i> Стратегічне управління оборотним капіталом за сучасних умов .....	111

### **СЕКЦІЯ 6. ПРАВО І СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ ..... 114**

<i>Піднебесна Ю. Ю., Гладкий С. О.</i> Правовий режим, його місце в системі правового регулювання суспільних відносин .....	114
<i>Посєва А. С., Харченко Т. О.</i> Екологічні наслідки військових дій: правовий аспект.....	116

### **СЕКЦІЯ 7. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ..... 120**

<i>Dashko K. I., Korol T. H.</i> Peculiarities of poetry translation from English (based on the poems by helen mort) .....	120
<i>Denisenko V. S., Sukhachova N. S.</i> Abbreviation in the modern English language.....	122
<i>Ільченко Е. О., Тулиця О. Ю.</i> Визначення полісемантичних значень фразеологічних зворотів сучасної німецької мови .....	125

### **СЕКЦІЯ 8. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І УСТАНОВ ..... 128**

<i>Панасенко А. С., Онішко Т. В.</i> Особливості діяльності Книжкової Палати України імені Івана Федорова.....	128
<i>Карпенко Ю. Ю., Білоусько Т. М.</i> Автоматизовані банківські системи та рівні їх опису.....	130
<i>Дробець Н. В., Колечкіна Л. М.</i> Механізми інформаційної підтримки системи маркетингу комерційних підприємств .....	132
<i>Пащенко Ю. В., Білоусько Т. М.</i> Сучасний стан системи електронного документообігу в органах державного управління.....	134

<i>Недобосєв М. М., Костенко А. В.</i> Удосконалення інформаційних ресурсів сайтів ВНЗ .....	137
--	-----

## **СЕКЦІЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ..... 139**

<i>Бойко О. А., Шайда О. Є.</i> Основні тенденції розвитку міжнародного бізнесу .....	139
<i>Проць О. Т., Шайда О. Є.</i> Особливості криптовалют як новітньої монетарної системи .....	141

## **СЕКЦІЯ 10. БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ.МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ. МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 144**

<i>Гепалова А. С., Трут О. О.</i> Передумови та фактори забезпечення якості готельних послуг.....	144
<i>Єлісєєв А. В., Свидрук І. І.</i> Управління змінами у стратегічному розвитку організації.....	147
<i>Моспан А. І., Колянко О. В.</i> Імідж підприємства як фактор його конкурентоспроможності.....	149

## **СЕКЦІЯ 11. ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ..... 153**

<i>Блажєско А., Бабенко О. М.</i> Комунікації в кризових ситуаціях .....	153
<i>Хамайко А. К., Бабенко О. М.</i> Формування лідерських якостей особистості .....	155
<i>Малашина В. В., Рудич Л. В.</i> Харизма в лідерстві .....	157
<i>Костюк Т. В., Свидрук І. І.</i> Психологічні аспекти лідера в управлінні персоналом .....	161

## **СЕКЦІЯ 12.УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ХХІ СТОЛІТТІ ..... 165**

<i>Клімова В. О., Костишина Т. А.</i> Аспекти оцінки ефективності управління персоналом в сучасних умовах .....	165
<i>Бурхай А. О., Степанова Л. В.</i> Психологічні основи успішного розвитку кар'єри працівника .....	167
<i>Чуприна В. О., Степанова Л. В.</i> Створення школи «Від випускника до успішного фахівця» як інструмент розвитку трудового потенціалу .....	169
<i>Колєсник О. С., Бенях В. В.</i> Оцінка персоналу та ефективність діяльності ТОВ «Кременчуцький хлібокомбінат».....	170
<i>Пронько Я. М., Бенях В. В.</i> Формальні та неформальні групи на підприємстві .....	173
<i>Шилан Ж.О., Рудич Л. В.</i> Ефективність стилів лідерства.....	175
<i>Ширкова К. Ю., Рудич Л. В.</i> Сутність та значення харизми в лідерстві .....	177

<i>Мгалоблішвілі О. Д., Свидрук І. І.</i> Формування системи мотивції у менеджменті підприємства.....	179
<i>Михальська Я. В., Свидрук І. І.</i> Соціально-психологічна природа управлінської діяльності .....	181

### **СЕКЦІЯ 13. СТАТИСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....**

<i>Олишко Т. А., Строчихін Ю. Ф.</i> Статистичний аналіз динаміки безробіття у розрізі груп населення Полтавської області за місцем проживання.....	184
<i>Шевченко В. Ю., Строчихін Ю. Ф.</i> Статистичний аналіз динаміки обсягу і структури ВВП України .....	186
<i>Єщенко І. С., Степанюк А. С.</i> Статистичне вивчення наявності, стану, руху та ефективності використання основних засобів підприємства .....	188
<i>Івко А. В., Гречка О. В.</i> Статистичне вивчення роздрібного товарообороту України .....	191
<i>Книш Я. А., Гречка О. В.</i> Статистичне вивчення туристичної сфери .....	193

### **СЕКЦІЯ 14. ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ .....**

<i>Лусевич М. С., Іванова В. В.</i> Місце України у глобальних економічних рейтингах .....	196
<i>Гриник К. В., Костак З. Р.</i> Проблемні банки: суть, ознаки та критерії визначення .....	199

### **СЕКЦІЯ 15. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА СОЦІАЛЬНА ІНФОРМАТИКА .....**

<i>Сивокінь О. Ю., Ємець О. О.</i> Програмна реалізація тренажера з теми «Метод Ленда та Дойга» дистанційного курсу «Методи оптимізації та дослідження операцій» .....	202
<i>Стовбун Д. О., Ємець О. О.</i> Програмування елементів тренажера з побудови математичної моделі комбінаторної оптимізаційної задачі про оптимізацію суміші .....	204

### **СЕКЦІЯ 16. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ .....**

<i>Горяїнова Є. А., Карпенко Н. В.</i> Дискримінаційні ознаки в рекламі .....	206
<i>Макаренко А. С., Карпенко Н. В.</i> Маркетингові дослідження підприємств готельно-ресторанної справи.....	208
<i>Олійник С. І., Карпенко Н. В.</i> Формування компетентностей майбутнього маркетолога в процесі навчання .....	210

<i>Divina Holali Kumahor, Ivannikova M. M.</i> Research of marketing legislation in Ghana .....	214
<i>Авдухіна К. О., Яловега Н. І.</i> Класифікація людських потреб у контексті маркетингу .....	217
<i>Коваленко А. М., Яловега Н. І.</i> Комплекс «4Р» в соціально-етичній концепції маркетингу .....	219
<i>Федоша М. О., Яловега Н. І.</i> Розвиток концепцій маркетингу на українських підприємствах .....	221
<i>Давиденко Є. О., Яловега Н. І.</i> Основний інструментарій концепцій маркетингу .....	223
<i>Яресько А. П., Яловега Н. І.</i> Сутність маркетингової взаємодії підприємств .....	225
<i>Бутенко В. Ю., Трайно В. М.</i> Зовнішня реклама як інструмент донесення інформації до споживачів та здійснення психологічного впливу на них .....	228
<i>Алік А. В., Бондаренко В. М.</i> Роль та місце маркетингу у досягненні ринкового успіху підприємства .....	230
<i>Твердохліб М. О., Бондаренко В. М.</i> Конкурентоспроможність товару і маркетинг .....	232
<i>Згурська А. О., Вовчанська О. М.</i> Маркетингові дослідження ринку панчішно-шкарпеткових виробів в Україні .....	234

## **СЕКЦІЯ 17. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ..... 237**

<i>Скубій О. С., Хурса М. М.</i> Правильне юзабіліті інтернет-магазину: актуальність і вплив на продажі .....	237
<i>Бикова Н. М., Іщейкін Т. Є.</i> Тенденції та перспективи розвитку логістичних послуг в Україні .....	239
<i>Волкова Д. Г., Іщейкін Т. Є.</i> Туристична галузь України та перспективи її розвитку .....	242
<i>Мілованов В. В., Міщук І. П.</i> Особливості та проблеми організації приватними підприємствами оптової торгівлі сільгосппродукцією .....	245

## **СЕКЦІЯ 18. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА ЕКСПЕТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА..... 248**

<i>Шевчук Я. В., Омельченко Н. В.</i> Обережно іграшка .....	248
<i>Січкач А. О., Омельченко Н. В.</i> Класифікація і характеристика плит газових побутових .....	250
<i>Мусалієв М. А., Омельченко Н. В.</i> Світовий бренд «Philipp Plein» на ринку України .....	252
<i>Кулакевич О. І., Омельченко Н. В.</i> Перевірка легальності ввезення телевізорів «Samsung Electronics» на ринок України .....	256

<i>Ткач А. Б., Омельченко Н. В.</i> Характеристика мультиварок представлених на ринку України .....	258
<i>Животенюк Г. І., Брайло А. С.</i> Загальна характеристика складових мила рідкого .....	261
<i>Станчик Я. Б., Брайло А. С.</i> Характеристика асортименту прасок побутових .....	263
<i>Забегалова А. І., Брайло А. С.</i> Стан та перспективи сучасного ринку меду .....	266
<i>Забелова К. Ю., Брайло А. С.</i> Класифікація та характеристика сучасного асортименту піжам .....	268
<i>Мотуз Є. С., Кириченко О. В.</i> Дослідження показників якості гелів для інтимної гігієни .....	271
<i>Панайотова Т. Б., Кириченко О. В.</i> Аналіз інформаційного забезпечення туші для вій .....	272
<i>Бугайчук В. В., Кириченко О. В.</i> Аналіз інформаційного забезпечення лосьйонів після гоління .....	274
<i>Мінаєв А. П., Брайло А. С.</i> Сучасний асортимент клавіатур .....	276
<i>Кацаман М. С., Брайло А. С.</i> Класифікація і характеристика кремів косметичних на ринку України .....	279
<i>Дулепов О. О., Брайло А. С.</i> Стан та перспективи ринку йогуртів .....	282
<i>Попова А. В., Кириченко О. В.</i> Аналіз складу сирків глазурованих .....	286
<i>Шепа Е. І., Донцова І. В.</i> Способи підвищення харчової цінності соків .....	288

## **СЕКЦІЯ 19. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТОВАРІВ НАРОДНОГО СПОЖИВАННЯ..... 291**

<i>Сопітько А. О., Дмитренко В. І.</i> Визначення якості соків та компотів за фізико – хімічними показниками .....	291
<i>Бондарець Т. Г., Гнітій Н. В.</i> Фізико-хімічні показники якості пресервів з філе оселедця .....	293
<i>Галенко Є. В., Макаренко Н. С., Мотієнко А. Ю., Соколова О. В.</i> Аналіз якості світлих сортів пива за фізико-хімічними показниками .....	295

## **СЕКЦІЯ 20. ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ, ЯКОСТІ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ ..... 297**

<i>Андрейкус І. В., Кожушко Г. М.</i> Дослідження біологічної активності світла нових інноваційних ламп .....	297
<i>Деркач А. В., Губа Л. М.</i> Особливості пакування кондитерських виробів на ПрАТ «Домінік» .....	299
<i>Пазенко І. М., Басова Ю. О.</i> Стан системи технічного регулювання косметичних товарів в Україні .....	301
<i>Бережа М. С., Пелик Л. В.</i> Інноваційні сировинні ресурси для виробництва швейних та трикотажних виробів .....	303

## **СЕКЦІЯ 21. СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ, ЯКІСТЬ ТА ЕКСПЕРТИЗА ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ ..... 306**

<i>Крель Д. О., Кайнаш А. П.</i> Визначення показників якості затяженого печива різних торговельних марок .....	306
<i>Терещенко А. О., Кайнаш А. П.</i> Дослідження сучасного ринку виноградних вин в Україні.....	308
<i>Панасевич Є. М., Кайнаш А. П.</i> Аналіз законодавчої бази для продуктів дитячого харчування.....	310
<i>Фисун В. А., Кайнаш А. П.</i> Визначення показників якості напівкопчених ковбас різних торговельних марок.....	312
<i>Панченко А. А., Флока Л. В.</i> Сучасні біотехнологічні способи виробництва дитячих кисломолочних напоїв .....	314
<i>Голега М. М., Назаренко В. О.</i> Органічні кисломолочні продукти: споживні властивості, формування асортименту .....	316
<i>Страшко Д. Р., Офіленко Н. О.</i> Використання ферментів при виробництві вина і їх вплив на якість готового продукту .....	319
<i>Терещенко А. О., Кайнаш А. П.</i> Дослідження сучасного ринку виноградних вин в Україні.....	321
<i>Пипоть С. О., Горячова О. О.</i> Особливості класифікації та маркування продуктів з какао і шоколаду .....	323
<i>Маденяк В. В., Гаврилишин В. В.</i> Ринок соків і сокових напоїв в Україні .....	326
<i>Сідун Х. Ю., Турчиняк М. К.</i> Експертиза якості виноградних вин ....	328
<i>Біленький С. С., Лебединець В. Т.</i> Сучасні тенденції поліпшення споживних властивостей шоколаду .....	330
<i>Стець Ю. Б., Давидович О. Я.</i> Майонез підвищеної біологічної цінності .....	332
<i>Валух М. Д., Похіл К. Є., Новікова Н. В.</i> Правове забезпечення якості та безпеки продуктів в Україні.....	334
<i>Маденяк В. В., Гаврилишин В. В.</i> Ринок соків і сокових напоїв в Україні .....	336

## **СЕКЦІЯ 22. ЗАГАЛЬНОІНЖЕНЕРНІ ДИСЦИПЛІНИ ..... 339**

<i>Вільхова А. Р., Криворучко А. І.</i> Аналіз екологічного стану Полтавщини .....	339
<i>Нурсеит К. К., Кайыргелды О. Х., Ибраев Н. Е.</i> Решение социально-экономических вопросов при проектировании и строительстве многоэтажного паркинга на территории евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан ....	341

## **СЕКЦІЯ 23. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ..... 345**

<i>Гаврилко І. Ю., Гіряк Л. І.</i> Перспективні напрямки розвитку індустрії гостинності у м. Львові .....	345
---	-----

<i>Семенюк О. І., Бліщ Р. О.</i> Покращення ресторанного сервісу в ресторані при готелі .....	347
---	-----

## **СЕКЦІЯ 24. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ..... 350**

<i>Шандиба А. Ю., Тараненко О. О.</i> Стан та перспективи розвитку подієвого туризму.....	350
<i>Лебеденко Є. В., Карпенко Ю. В.</i> Сутність та особливості функціонування ринку туристичних послуг .....	352

## **СЕКЦІЯ 25. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ..... 355**

<i>Ореховський І. О., Хомич Г. П., Горобець О. М.</i> Удосконалення технології виробів з бісквітного тіста з використанням відходів кавового виробництва .....	355
<i>Соколенко І. В., Хомич Г. П., Левченко Ю. В.</i> Використання рослинної сировини в технології солодких соусів .....	357
<i>Нечипоренко М. М., Микитенко М. П., Горобець О. М., Хомич Г. П.</i> Використання вторинних продуктів переробки хеномелесу в технології дріжджових виробів з відкладеною випічкою .....	359
<i>Линько А. О., Хомич Г. П., Горобець О. М.</i> Удосконалення технології пісочного тіста з використанням виноградних вичавок.....	361
<i>Білик В. М., Бородай А. Б.</i> Удосконалення технології безалкогольних напоїв на основі екстрактів із рослинної сировини.....	364
<i>Захаренков В. В., Олійник Н. В.</i> Використання вторинної рослинної сировини у технології борошняних кондитерських виробів .....	366
<i>Крупська (Сердеченко) А. А., Олійник Л. Б.</i> Доцільність збагачення м'ясних фаршів натуральними есенціальними речовинами.....	368
<i>Козлов М. А., Олійник Л. Б.</i> Дослідження можливості збагачення м'ясних січених напівфабрикатів .....	371
<i>Комурко І. О., Чоні І. В.</i> Перспективи використання різних видів маринадів для м'ясних напівфабрикатів .....	373
<i>Кражан І. В., Рогова А. Л.</i> Розроблення технології печива з порошком топінамбура .....	376
<i>Ксьонзенко Н. О., Суткович Т. Ю.</i> Застосування інноваційних способів обробки нетрадиційної сировини для отримання функціональних напоїв на основі березового соку .....	378
<i>Кудрик А. Д., Шелудько В. М.</i> Рисове борошно в технології біскотті.....	380

<i>Моргун К. В., Рогова А. Л.</i> Використання рослинної сировини для підвищення харчової цінності кексів .....	382
<i>Одуд Д. А., Рогова А. Л.</i> Розробка технології бісквіту з використанням овочового пюре .....	384
<i>Олійник Е. Ю., Наконечна Ю. Г.</i> Перспективи використання хеномелесу у приготуванні натуральних закусок з грибів .....	386
<i>Сопітько А. О., Федченко І. В., Бородай А. Б.</i> Визначення показників якості та безпеки харчових продуктів .....	388
<i>Онищук Н. В., Палько Н. С.</i> Варені ковбасні вироби функціонального спрямування .....	391

## **СЕКЦІЯ 26. НОВІТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗЯХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ, БЕЗПЕКИ ЖИТТЯ ТА ОХОРОНИ ПРАЦІ ....394**

<i>Кухманський Д. І., Федоренко Р. Ю., Бичков Я. М.</i> Технології особистої безпеки .....	394
<i>Шевченко Д. Г., Оберемок В. М.</i> Особливості використання електромагнітних апаратів при приготуванні пряничного тіста .....	396
<i>Скубій О. С., Молчанова Н. Ю.</i> Стан пожежної безпеки в Україні .....	398

## **СЕКЦІЯ 27. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ..... 400**

<i>Войтович М. І., Михальський Ю. В.</i> Першодрукар Іван Федорович .....	400
---	-----

## **СЕКЦІЯ 28. ФІЛОСОФІЯ. ЛОГІКА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО.....403**

<i>Василенко А. Ю., Мовчан М. М.</i> Сенс життя як філософська проблема .....	403
<i>Олійник Є. К., Шара С. О.</i> Актуальні проблеми сучасної етики .....	404
<i>Куліш Д. А., Усанов І. В.</i> Екстраординарні події VS світу повсякденності .....	407
<i>Загребя І. О., Усанов І. В.</i> Вбивство Едварда Драммонда і теорія множинних світів .....	409
<i>Думич І. А., Козій І. В.</i> Г. Костельник про чинники націоналізму .....	411

## **СЕКЦІЯ 29. ПЕДАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ, ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА ..... 414**

<i>Олійник Є. К., Шара С. О.</i> Актуальні проблеми сучасної етики .....	414
<i>Горобець А. Ю., Шара С. О.</i> Меркантильність як риса особистості .....	416
<i>Нос Ю. О., Шара С. О.</i> Засоби впливу людей один на одного .....	418
<i>Жолубак Г. В., Шара С. О.</i> Вчення Ж. Піаже про розвиток інтелекту дитини .....	420
<i>Прохоренко Т. О., Шара С. О.</i> Стан стресу, його причини і наслідки .....	423



<i>Ільченко Е. О., Шара С. О.</i> Природа, функції, умови появи позитивних та негативних емоцій.....	425
<i>Ошурко О. О., Шара С. О.</i> Практична психологія толерантності .....	427
<i>Федій В. С., Тодорова І. С.</i> Психологічні аспекти туристичного бізнесу.....	430
<i>Бублій А. С., Тодорова І. С.</i> Задоволеність життям студентами різного віку.....	432

## **СЕКЦІЯ 30. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ ..... 435**

<i>Ісенко М., Стрижак Є., Кошова О. П.</i> Статистичний аналіз туристичного бізнесу в Україні .....	435
---	-----

## **СЕКЦІЯ 31. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА СПОРТ ..... 438**

<i>Сапун С. В., Новицька Н. А.</i> Лікувальне плавання.....	438
<i>Гуральчук Д. В., Новицька Н. А.</i> Йога – як стиль життя.....	439
<i>Букарова П. Ю., Ахтырская Н. Н.,</i> Кикбоксинг .....	440
<i>Кириленко Ю. С., Ахтырская Н. Н.</i> Травматизм, последствия и профилактика при повреждении ОДА.....	442
<i>Курмишева А. Є., Симоненко Н. О.</i> Парашутний спорт .....	444
<i>Крачковська П. С., Симоненко Н. О.</i> Кінний спорт в Україні .....	446

## **СЕКЦІЯ 32. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ ..... 449**

<i>Owusu Oware Ernest, Герман Н. В., Руденко Н. С.</i> Accessibility of education and career growth in the current economic situation .....	449
<i>Maja Sonko, Руденко Н. С.</i> Social life experience in a new environment .....	450
<i>Amadou Darboe, Руденко Н. С.</i> Technology as goals in my life .....	452
<i>Авдеева У. В., Стоянова О. Г., Кононенко О. А.</i> European vector of international economic activity of Ukraine .....	455
<i>Larty Wahab Hankim, Олексійчук Ю. Ф.</i> Introduction to Java Programming Language.....	458
<i>Nyasha Stanley Chagonda, Олексійчук Ю. Ф.</i> Adjusting To My New Environment.....	460
<i>Owusu Nancy, Руденко Н. С.</i> The role of trasnational companies in era of global economy .....	462

## **СЕКЦІЯ 12.УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У**

## **XXI СТОЛІТТІ ..... 464**

<i>Сивко О. В., Тужилкіна О. В.</i> Управління продуктивністю праці на підприємстві .....	464
---	-----

## **СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»  
(Україна)**

**Львівський торговельно-економічний університет  
(Україна)**

**Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця (Україна)**

**Білоруський торгово-економічний університет  
споживчої кооперації (Республіка Білорусь)**

**Євразійський національний університет  
імені Л. М. Гумільова (Республіка Казахстан)**

**Університет національного та світового господарства  
(Республіка Болгарія)**

**Кооперативно-торговий університет Молдови  
(Республіка Молдова)**

**Таджицький державний університет комерції  
(Республіка Таджикистан)**

Наукове видання

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТОВАРОЗНАВСТВА**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

**XLI Міжнародної наукової студентської  
конференції за підсумками науково-дослідних робіт  
студентів за 2017 рік**

Головний редактор *М. П. Гречук*  
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч, Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 27,9.  
Тираж 50 пр. Зам. № 028/1117.*

*Видавець і виготовлювач  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*